




3 1761 11633882 3









Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116338823>









Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

January 1999

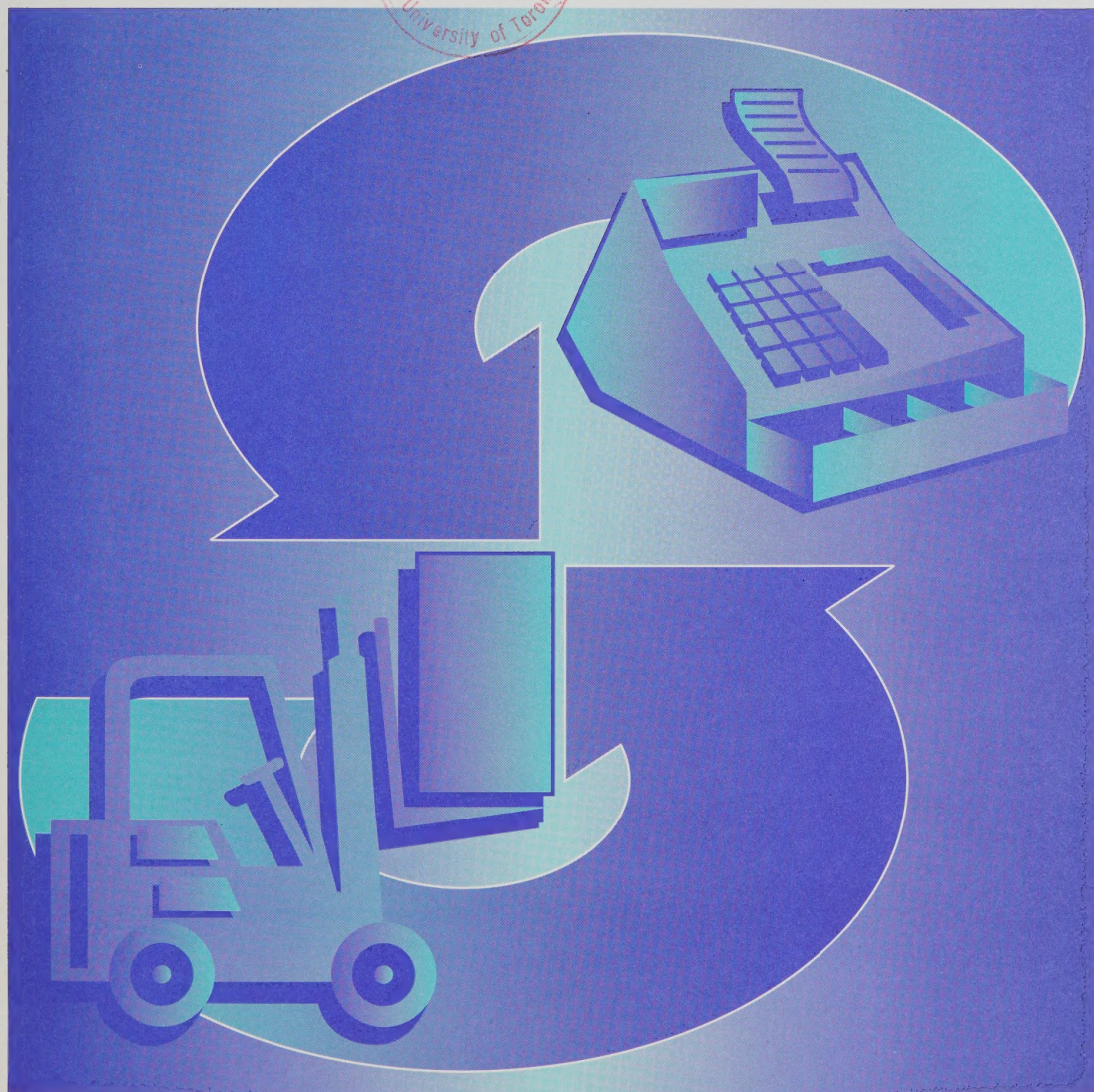
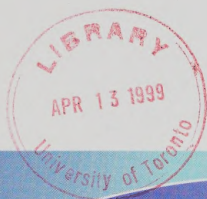
N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Janvier 1999

Government  
Publications

272



Statistics Canada  
Statistique Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Retail Trade Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for one year subscription, and for outside Canada the cost is US \$21.00 per issue and US \$206.00 for one year subscription.

Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 770-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguistique et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à: Section du commerce de détail, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21,00 \$ et un abonnement d'un an coûte 206,00 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21,00 \$US et un abonnement d'un an coûte 206,00 \$US.

Veillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 770-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Trade Section

## Retail Trade

January 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détail

## Commerce de détail

Janvier 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system  
or transmitted in any form or by any means,  
electronic, mechanical, photocopying, recording  
or otherwise without prior written permission from  
Licence Services, Marketing Division, Statistics  
Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

April 1999

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, no. 1

Frequency: Monthly

ISSN 0380-6146

Ottawa

---

### Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing co-operation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued co-operation and goodwill.*

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente  
publication, sous quelque forme ou par quelque  
moyen que ce soit, enregistrement sur support  
magnétique, reproduction électronique,  
mécanique, photographique, ou autre, ou de  
l'emmagasiner dans un système de recouvre-  
ment, sans l'autorisation écrite préalable des  
Services de concession des droits de licence,  
Division du marketing, Statistique Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Avril 1999

Nº. 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, no. 1

Périodicité: Mensuelle

ISSN 0380-6146

Ottawa

---

### Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada  
repose sur un partenariat bien établi entre  
Statistique Canada et la population, les entreprises,  
les administrations canadiennes et les autres  
organismes. Sans cette collaboration et cette bonne  
volonté, il serait impossible de produire des  
statistiques précises et actuelles.*



## SYMBOLS

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, Économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

©

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.

©



**TABLE OF CONTENTS**

	PAGE
Highlights	v
Charts	viii
For Further Reading	x
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	28

**Appendix**

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	33

**TABLE DES MATIÈRES**

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	viii
Lectures suggérées	x
Tableau	

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	28

**Appendice**

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the April 1998 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro d'avril 1998, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section mensuelle du commerce de détail.



## Highlights

Retail sales advanced 1.7% in January to \$21.2 billion following a 0.3% decline in December 1998. January's advance was broadly based, as sales increased in all sectors and provinces. Overall, retail sales picked up slightly in the last few months after a period of flattening sales that started in the spring of 1998. Previously, sales had generally been increasing since early 1996.

The 5.1% year-over-year increase in sales reflects both a strong January 1999 and a particularly weak January 1998. In January 1998, the ice storm in Central and Eastern Canada had an overall dampening effect on retail sales during that month. Furthermore, strong incentives offered to new motor vehicle buyers in December 1997 may have drawn some purchases from January 1998 into December 1997.

### All sectors cashed in on increased consumer spending in January

Sales were up in all retail sectors in January. General merchandise stores, drug stores, stores classified as "other retail" and clothing stores led sales advances in January.

Sales by general merchandise stores increased for a second consecutive month, up 4.8% in January and 1.5% in December. This was the first time since February 1998 in which sales grew for two months in a row. Both department stores (+5.0%) and other general merchandise stores (+4.6%) contributed to January's sales increase. December's increase was also equally distributed between department stores and other general merchandise stores.

Sales in department stores have been volatile for most of 1998 due to store closures and restructuring activities. In January 1999, there were 70 fewer department stores (a reduction of about 9% of all stores) than in the same month in 1998. The majority of store closures in 1998 occurred between March and August. After generally increasing since the spring of 1996, sales in department stores had been declining throughout the spring of 1998 but gained back the losses afterwards. On the other hand, sales in other general merchandise stores continued to show a pattern of general increases which began in the fall of 1995.

Drug stores posted a 3.0% increase in sales in January after reporting declines of 1.0% in each of the previous two months. Drug stores experienced strong sales increases from July 1997 to July 1998 but have generally been falling since.

The late arrival of winter may have contributed to advancing sales in sporting goods stores, which pushed up sales in stores classified as "other retail". The "other retail" sector encompasses a wide variety of merchants (i.e. liquor,

## Faits saillants

En janvier, les ventes au détail ont progressé de 1,7 % pour s'établir à 21,2 milliards de dollars, après avoir enregistré une diminution de 0,3 % en décembre 1998. L'augmentation de janvier était généralisée, les ventes ayant affiché une hausse dans tous les secteurs et toutes les provinces. Dans l'ensemble, les ventes au détail ont augmenté sensiblement au cours des derniers mois suite à une période de stagnation remontant au printemps de 1998. Auparavant, les ventes avaient généralement augmenté depuis le début de 1996.

La hausse annuelle de 5,1 % des ventes provient à la fois des fortes ventes en janvier 1999 ainsi que des ventes particulièrement faibles en janvier 1998. La tempête de verglas, qui a frappé le centre et l'est du Canada en janvier 1998 a eu un effet modérateur sur les ventes au détail au cours de ce mois. De plus, les nombreuses promotions offertes aux acheteurs de véhicules automobiles neufs en décembre 1997 ont peut-être provoqué un certain déplacement des ventes en décembre 1997 au détriment de janvier 1998.

### Tous les secteurs ont profité de l'augmentation des dépenses de consommation en janvier

En janvier, les ventes étaient en hausse dans tous les secteurs de la vente au détail. Ce sont les magasins de marchandises diverses, les pharmacies, les magasins de vente au détail appartenant à la catégorie "autres" et les magasins de vêtements qui ont mené le bal en ce qui concerne l'augmentation des ventes en janvier.

Les détaillants de marchandises diverses ont enregistré une hausse de leurs ventes pour un deuxième mois d'affilée, soit 4,8 % en janvier et 1,5 % en décembre. C'est la première fois depuis février 1998 que les ventes sont en hausse deux mois d'affilée. Les grands magasins (+5,0 %) et les autres magasins de marchandises générales (+4,6 %) ont contribué à l'augmentation des ventes en janvier. La hausse enregistrée en décembre était également répartie entre les grands magasins et les autres magasins de marchandises diverses.

Dans les grands magasins, les ventes ont été irrégulières pour la plus grande partie de 1998 en raison des fermetures de magasins et des activités de restructuration. En janvier 1999, on comptait 70 grands magasins de moins (une réduction de 9 % de l'ensemble des magasins) qu'au cours du même mois en 1998. La majorité des fermetures d'établissements en 1998 s'est produite entre mars et août. Après avoir enregistré de façon générale des augmentations depuis le printemps de 1996, les ventes des grands magasins ont été en baisse tout au long du printemps de 1998, mais ont repris le terrain perdu par la suite. Par contre, les ventes des autres magasins de marchandises diverses ont poursuivi la tendance à la hausse amorcée à l'automne de 1995.

En janvier, les ventes des pharmacies ont affiché une augmentation de 3,0 % après des reculs de 1,0 % dans chacun des deux mois précédents. De juillet 1997 à juillet 1998, on a observé pour les pharmacies de fortes augmentations des ventes, mais elles ont de façon générale été en baisse depuis.

L'arrivée tardive de l'hiver a pu contribuer à faire progresser les ventes des magasins d'articles de sport, ce qui a entraîné une hausse des ventes des magasins de vente au détail classés dans la catégorie "autres". Le secteur de la vente au détail de la catégorie "autres" englobe un grand



beer, sporting goods, hardware, books, jewellery and gift stores). January's increase (+2.7%) in stores classified as "other retail" followed a 1.9% decline in December. Overall, sales in retail stores classified as "other retail" have generally been increasing since the beginning of 1997.

Retailers in clothing stores reported higher sales in January (+2.0%) after experiencing sluggish sales in December (-2.8%). In January, rising sales in women's clothing stores and other clothing stores (which include family clothing stores) offset declines in men's clothing stores and shoe stores. Clothing stores have generally exhibited weakening sales since the spring of 1998 after experiencing a period of general increases that started at the beginning of 1996.

Sales in food stores advanced 1.2% in January, but this increase was not enough to make up for the 1.7% decline observed in December. Within the food sector, supermarkets and grocery stores (+1.4%) reported higher sales in January while sales in more specialized food stores declined (-1.4%). Overall, sales in food stores have generally remained stagnant since June 1998 after increasing since the spring of 1996.

#### **Auto and furniture sectors - a third straight monthly gain**

Retailers in the automotive sector reported a 0.9% increase in sales in January - a third consecutive monthly increase. In January, sales advanced for a third month in a row for motor and recreational dealers (+1.2%) and automotive parts, accessories and services stores (+1.1%). On the other hand, sales from gasoline service stations (-0.7%) were down in January for a third consecutive month. Sales in the automotive sector seem to be gearing up after gyrating for most of 1998. Prior to the spring of 1998, sales have generally been increasing since mid-1996.

January's weak rise in sales (+0.2%) represented a third monthly sales increase for the furniture sector. A significant drop in sales by household furnishing stores (-2.5%) nearly wiped out the 0.9% rise in sales by household furniture and appliance stores in January. Retailers in the furniture sector have been the only ones to enjoy advancing sales since the spring of 1996.

#### **Advancing retail sales from east to west**

Retailers in Atlantic Canada posted the strongest sales growth in Canada for January (+3.6%). All provinces in Atlantic Canada showed sales increases greater than 3.0%. With the auto sector and general merchandise stores leading the way, all sectors contributed to higher retail sales in this region. Retail sales in Atlantic Canada have generally been increasing since the spring of 1995. However, since the

éventail de marchands (c.-à-d., boissons alcoolisées, bière, articles de sport, quincaillerie, librairies, bijouteries et magasins de cadeaux). L'augmentation de janvier (+2,7 %) pour les magasins appartenant à la catégorie \* autres + faisait suite à un recul de 1,9 % en décembre. Dans l'ensemble, les ventes des magasins de détail appartenant à la catégorie "autres" ont en général été en hausse depuis le début de 1997.

Les détaillants dans le secteur des vêtements ont signalé des ventes plus élevées en janvier (+2,0 %) après avoir enregistré une chute des ventes en décembre (-2,8 %). En janvier, la hausse des ventes des magasins de vêtements pour dames ainsi que des magasins d'autres vêtements (ce qui inclut les magasins de vêtements pour la famille) a compensé la baisse dans les magasins de vêtements pour hommes et dans les magasins de chaussures. Dans l'ensemble, les magasins de vêtements ont affiché un fléchissement des ventes depuis le printemps de 1998, après une période d'augmentations générales qui remontait au début de 1996.

En janvier, les ventes des magasins d'alimentation ont progressé de 1,2 %, mais cette augmentation n'a pas suffi à compenser la baisse de 1,7 % enregistrée en décembre. Dans le secteur de l'alimentation, les supermarchés et les épiceries (+1,4 %) ont signalé une hausse des ventes en janvier tandis que les magasins d'aliments spécialisés affichaient une baisse (-1,4 %). Dans l'ensemble, les ventes des magasins d'alimentation sont demeurées généralement stagnantes depuis juin 1998, après avoir enregistré des hausses suite au printemps de 1996.

#### **Les secteurs de l'automobile et de l'ameublement ont connu une troisième augmentation mensuelle d'affilée**

Les détaillants du secteur de l'automobile ont signalé une augmentation de 0,9 % des ventes en janvier, ce qui représente une troisième hausse mensuelle consécutive. En janvier, les ventes ont progressé pour un troisième mois d'affilée chez les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+1,2 %) ainsi que chez les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et de services (+1,1 %). Par ailleurs, les ventes d'essence des stations-service (-0,7 %) étaient en baisse pour un troisième mois consécutif en janvier. Les ventes dans le secteur de l'automobile semblent se redresser après avoir stagné pour une grande partie de 1998. Avant le printemps de 1998, les ventes avaient été de façon générale en hausse depuis le milieu de 1996.

La faible hausse des ventes (+0,2 %) de janvier représentait une troisième augmentation mensuelle des ventes dans le secteur de l'ameublement. Une baisse significative des ventes des magasins d'accessoires d'ameublement (-2,5 %) a pratiquement annulé la hausse de 0,9 % des ventes des magasins de meubles et d'appareils ménagers enregistrée en janvier. Les détaillants dans le secteur de l'ameublement sont les seuls à avoir observé une progression des ventes depuis le printemps de 1996.

#### **Augmentation des ventes au détail d'un océan à l'autre**

Les détaillants dans les provinces de l'Atlantique ont affiché la plus forte croissance des ventes au Canada en janvier (+3,6 %). Toutes les provinces de l'Atlantique ont enregistré des augmentations des ventes supérieures à 3,0 %. Le secteur de l'automobile et les magasins de marchandises diverses en tête, tous les secteurs ont contribué à une hausse des ventes au détail dans cette région. Les ventes au détail dans les provinces de l'Atlantique ont été généralement à la hausse depuis



spring of 1998, diminishing sales in New Brunswick and Prince Edward Island have restrained sales increases in the Atlantic provinces.

Consumers in Quebec and Ontario increased spending in stores by 2.0% in each province in January. Although sales were up in most sectors in these two provinces, general merchandise stores were mostly responsible for the overall monthly increase in January. Retail sales in Quebec have generally been increasing since the spring of 1996 with pauses in the summer of 1997 and the summer of 1998. Retailers in Ontario have shown continued growth since the middle of 1996.

Retail sales in the Prairie provinces were up 0.9% in January due mostly to higher sales in general merchandise stores. Sales in the three Prairie provinces remained generally flat in 1998 after posting strong increases in 1996 and 1997.

British Columbia retailers reported a 0.7% rise in sales in January. After close to a year of general declines, retail sales in British Columbia have been rising slowly in the last three months. As with other provinces, general merchandise stores led the January sales increase in British Columbia.

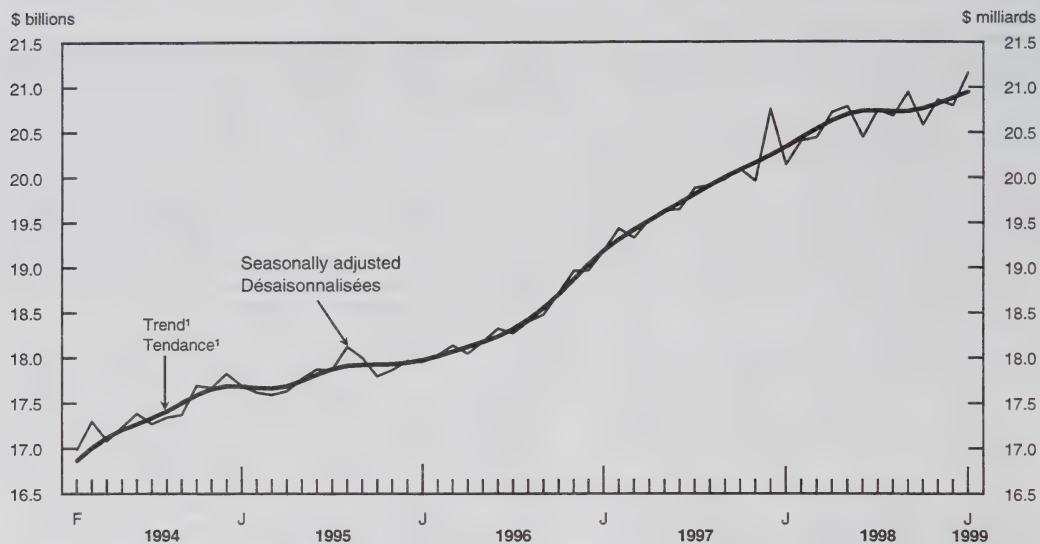
le printemps de 1995. Cependant, depuis le printemps de 1998, une diminution des ventes au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard a contenu les augmentations des ventes dans les provinces de l'Atlantique.

Au Québec et en Ontario, les consommateurs ont accru leurs dépenses dans les magasins de 2,0 % dans chacune de ces provinces en janvier. Bien que les ventes étaient en hausse dans la plupart des secteurs dans ces deux provinces, ce sont les magasins de marchandises diverses qui sont principalement responsables de l'augmentation globale mensuelle de janvier. Les ventes au détail au Québec ont été de façon générale en hausse depuis le printemps de 1996, avec des répités au cours de l'été de 1997 et de l'été de 1998. En Ontario, les détaillants affichent une croissance continue depuis le milieu de 1996.

Dans les provinces des Prairies, les ventes au détail étaient en hausse de 0,9 % en janvier, principalement en raison d'un accroissement des ventes des magasins de marchandises diverses. De façon générale, les ventes dans les trois provinces des Prairies sont demeurées stables en 1998, après avoir enregistré de fortes augmentations en 1996 et 1997.

En Colombie-Britannique, les détaillants ont signalé une augmentation des ventes de 0,7 % en janvier. Après presque une année de baisses générales, les ventes au détail en Colombie-Britannique ont remonté lentement au cours des trois derniers mois. En janvier, comme dans les autres provinces, ce sont les magasins de marchandises diverses qui ont pris la tête au chapitre de l'augmentation des ventes en Colombie-Britannique.





<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

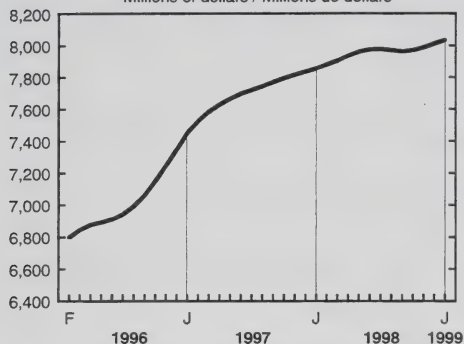
<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.



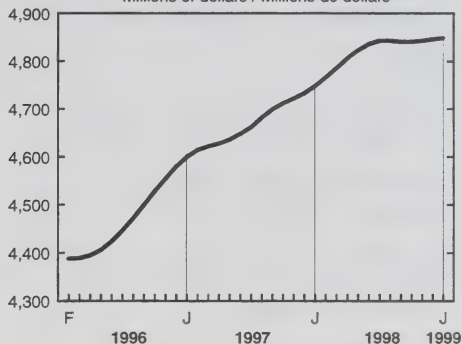
**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**

**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**

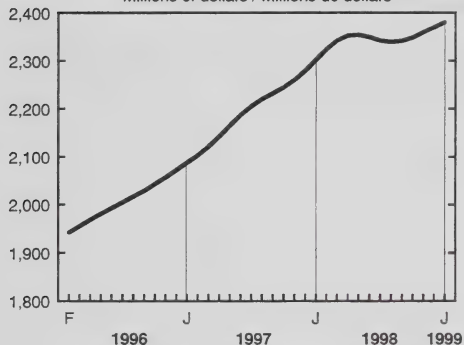
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars



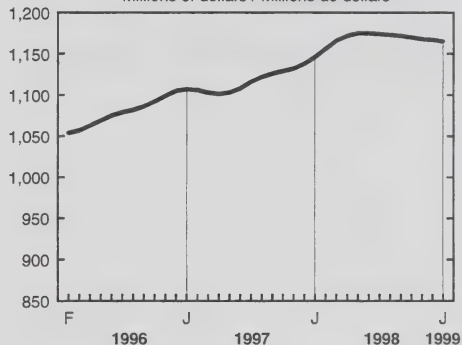
**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars



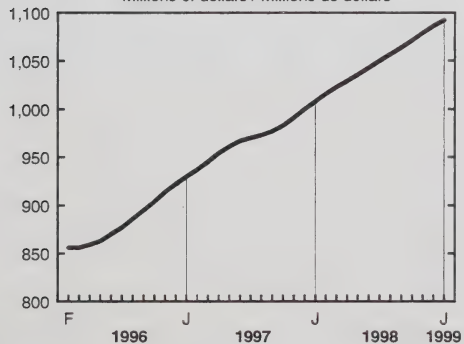
**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars



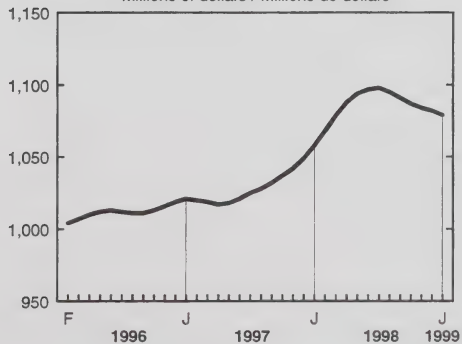
**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars



**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars



**Drug / Médicaments**  
Millions of dollars / Millions de dollars



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



## For Further Reading

Selected Publications from Statistics Canada

### Title

New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual  
Catalogue 63-007-XIB

Wholesale Trade, Monthly, Bilingual  
Catalogue 63-008-XIB

Retail Chain and Department Stores, Annual,  
Bilingual  
Catalogue 63-210-XPB

Wholesaling and Retailing Canada, Annual,  
Bilingual  
Catalogue 63-236-XIB

Market Research Handbook, Annual, Bilingual  
Catalogue 63-224-XPB

## Lectures suggérées

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

### Titre

Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue  
Catalogue 63-007-XIB

Commerce de gros, mensuel, bilingue  
Catalogue 63-008-XIB

Magasins de détail à succursales et les grands magasins,  
annuel, bilingue  
Catalogue 63-210-XPB

Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel,  
bilingue  
Catalogue 63-236-XIB

Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue  
Catalogue 63-224-XPB



## Statistical Tables

## Tableaux statistiques



TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes				Year-to-date 1999 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent	
		January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre		January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
		millions of dollars - millions de dollars						
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,522.4	4,459.0	4,540.6	4,468.7	4,522.4	1.4	-1.8
2	All other food stores	357.9	363.1	363.5	372.6	357.9	-1.4	-0.1
3	Drugs and patent medicine stores	1,104.1	1,071.5	1,082.0	1,091.4	1,104.1	3.0	-1.0
4	Shoe stores	139.1	140.1	133.8	135.0	139.1	-0.7	4.7
5	Men's clothing stores	125.2	128.1	132.1	129.5	125.2	-2.3	-3.1
6	Women's clothing stores	380.2	363.9	380.2	364.4	380.2	4.5	-4.3
7	Other clothing stores	527.4	517.0	535.9	539.7	527.4	2.0	-3.5
8	Household furniture and appliance stores	891.4	883.8	869.1	858.3	891.4	0.9	1.7
9	Household furnishings stores	203.6	208.9	208.8	204.9	203.6	-2.5	0.1
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,623.5	5,555.7	5,501.6	5,308.6	5,623.5	1.2	1.0
11	Gasoline service stations	1,227.8	1,236.7	1,245.9	1,260.3	1,227.8	-0.7	-0.7
12	Automotive parts, accessories and services	1,254.7	1,241.5	1,227.2	1,225.3	1,254.7	1.1	1.2
13	General merchandise stores	2,488.1	2,373.7	2,337.5	2,348.0	2,488.1	4.8	1.5
14	Other semi-durable goods stores	698.3	696.4	726.4	711.6	698.3	0.3	-4.1
15	Other durable goods stores	606.5	569.3	573.2	578.0	606.5	6.5	-0.7
16	Other retail stores	1,008.5	986.4	996.8	984.7	1,008.5	2.2	-1.0
17	Total, all stores	21,158.8	20,795.1	20,854.6	20,581.1	21,158.8	1.7	-0.3
Regions								
18	Newfoundland	327.5	315.5	327.6	324.6	327.5	3.8	-3.7
19	Prince Edward Island	88.4	84.7	85.4	85.6	88.4	4.3	-0.9
20	Nova Scotia	667.8	646.3	644.7	639.3	667.8	3.3	0.2
21	New Brunswick	508.8	490.2	491.5	480.7	508.8	3.8	-0.3
22	Quebec	4,946.5	4,847.9	4,839.8	4,764.5	4,946.5	2.0	0.2
23	Ontario	8,019.6	7,865.4	7,932.3	7,821.5	8,019.6	2.0	-0.8
24	Manitoba	744.3	738.5	734.6	727.9	744.3	0.8	0.5
25	Saskatchewan	638.1	632.5	631.6	625.1	638.1	0.9	0.1
26	Alberta	2,373.9	2,350.2	2,355.3	2,305.8	2,373.9	1.0	-0.2
27	British Columbia	2,772.7	2,753.6	2,741.4	2,736.9	2,772.7	0.7	0.4
28	Yukon	25.9	26.1	26.2	25.9	25.9	-0.7	-0.5
29	Northwest Territories	45.3	44.1	44.2	43.2	45.3	2.7	-0.2



**TABEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)**

Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente						
November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	Year-to-date 1999 Cumulatif		N°
Per cent - pourcentage								
							Groupe de commerce - Canada	
1.6	-0.5	2.7	1.8	4.7	2.6	2.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
-2.4	3.9	-1.7	-0.1	0.4	5.0	-1.7	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-0.9	1.2	4.0	2.4	4.5	5.7	4.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-0.9	-0.6	-0.5	3.1	0.8	-8.2	-0.5	Magasins de chaussures	4
2.0	-1.3	-4.9	-1.2	1.6	-1.2	-4.9	Magasins de vêtements pour hommes	5
4.3	-0.3	3.6	1.2	4.2	0.3	3.6	Magasins de vêtements pour dames	6
-0.7	1.1	6.0	3.0	9.2	8.6	6.0	Autres magasins de vêtements	7
1.3	-0.9	11.5	9.3	9.0	9.1	11.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
1.9	0.7	1.2	0.3	9.5	9.5	1.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.6	-6.7	8.4	-7.0	3.3	-0.5	8.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-1.2	0.1	-5.3	-6.1	-7.8	-8.7	-5.3	Stations-service	11
0.2	1.8	5.6	10.1	16.8	8.3	5.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-0.4	-0.2	8.2	5.3	3.2	4.5	8.2	Magasins de marchandises diverses	13
2.1	1.4	-	1.3	6.9	4.1	-	Autres magasins de produits semi-durables	14
-0.8	0.3	11.8	5.0	10.2	8.8	11.8	Autres magasins de produits durables	15
1.2	-1.0	4.8	7.8	7.7	7.0	4.8	Autres magasins de vente au détail	16
1.3	-1.7	5.1	0.2	4.5	2.5	5.1	Total, ensemble des magasins	17
							Régions	
0.9	-0.4	3.7	-1.3	6.8	5.7	3.7	Terre-Neuve	18
-0.2	-1.6	2.7	-3.5	5.3	1.5	2.7	Île-du-Prince-Édouard	19
0.8	0.6	7.6	2.5	8.2	4.8	7.6	Nouvelle-Écosse	20
2.2	-3.1	3.9	-1.5	3.8	0.8	3.9	Nouveau-Brunswick	21
1.6	-0.9	14.4	2.4	5.6	3.0	14.4	Québec	22
1.4	-1.5	6.0	2.3	7.3	5.8	6.0	Ontario	23
0.9	-3.7	0.2	-1.3	2.4	-0.2	0.2	Manitoba	24
1.0	-4.2	-5.0	-5.6	0.2	-3.8	-5.0	Saskatchewan	25
2.1	-4.6	-1.4	-2.3	2.4	-0.4	-1.4	Alberta	26
0.2	-0.6	-2.6	-4.9	-2.4	-3.2	-2.6	Colombie-Britannique	27
1.1	-2.3	-3.7	-5.2	2.8	3.5	-3.7	Yukon	28
2.3	-0.8	3.6	-0.7	3.1	0.7	3.6	Territoires du Nord-Ouest	29



**TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)**

No.	Sales Ventes				
	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	Year-to-date 1999 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
1 Supermarkets and grocery stores	4,504.9	4,741.2	4,222.3	4,684.5	4,504.9
2 All other food stores	321.1	447.8	344.3	370.2	321.1
3 Drugs and patent medicine stores	1,067.2	1,346.8	1,058.1	1,105.8	1,067.2
4 Shoe stores	107.8	177.1	150.6	154.8	107.8
5 Men's clothing stores	98.1	261.8	156.7	137.9	98.1
6 Women's clothing stores	277.6	590.2	397.7	384.3	277.6
7 Other clothing stores	388.5	890.9	605.7	588.6	388.5
8 Household furniture and appliance stores	742.2	1,312.5	941.9	908.8	742.2
9 Household furnishings stores	159.0	268.5	225.8	217.6	159.0
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,249.6	4,850.2	5,003.1	5,270.3	4,249.6
11 Gasoline service stations	1,134.5	1,232.1	1,225.3	1,311.9	1,134.5
12 Automotive parts, accessories and services	1,034.2	1,348.5	1,323.5	1,267.2	1,034.2
13 General merchandise stores	1,803.1	3,958.6	2,859.9	2,503.9	1,803.1
14 Other semi-durable goods stores	512.6	1,079.1	757.6	691.4	512.6
15 Other durable goods stores	472.7	1,074.3	557.2	521.1	472.7
16 Other retail stores	801.5	1,366.3	932.8	1,008.3	801.5
17 Total, all stores	17,674.4	24,946.0	20,762.5	21,126.5	17,674.4
<b>Regions</b>					
18 Newfoundland	256.9	389.1	336.8	334.1	256.9
19 Prince Edward Island	68.8	102.3	83.0	86.7	68.8
20 Nova Scotia	551.0	786.5	650.6	655.2	551.0
21 New Brunswick	403.9	589.0	494.6	505.0	403.9
22 Quebec	4,034.2	5,420.1	4,703.9	4,930.8	4,034.2
23 Ontario	6,701.3	9,744.8	8,043.5	7,949.6	6,701.3
24 Manitoba	631.0	902.2	736.8	766.7	631.0
25 Saskatchewan	550.2	760.9	643.7	669.5	550.2
26 Alberta	2,010.7	2,874.1	2,348.4	2,394.7	2,010.7
27 British Columbia	2,407.4	3,298.0	2,656.6	2,765.1	2,407.4
28 Yukon	20.4	28.3	23.4	25.8	20.4
29 Northwest Territories	38.8	50.6	41.1	43.3	38.8



**TABEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					N°
January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
-0.6	4.3	0.1	5.2	-0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
-0.7	2.3	-1.9	5.2	-0.7	Tous les autres magasins d'alimentation 2
3.0	2.3	4.4	4.1	3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
-0.7	4.0	-5.3	-7.4	-0.7	Magasins de chaussures 4
-9.9	0.7	-0.6	2.3	-9.9	Magasins de vêtements pour hommes 5
3.6	1.2	0.5	0.8	3.6	Magasins de vêtements pour dames 6
3.5	3.5	9.4	11.4	3.5	Autres magasins de vêtements 7
8.1	10.0	7.6	10.2	8.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
-0.3	1.5	9.9	8.6	-0.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
4.5	-6.1	3.7	-3.3	4.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
-7.3	-6.7	-7.0	-8.7	-7.3	Stations-service 11
2.7	9.1	15.7	7.1	2.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
7.4	5.1	1.7	5.8	7.4	Magasins de marchandises diverses 13
-1.6	1.2	7.0	5.3	-1.6	Autres magasins de produits semi-durables 14
15.7	6.2	7.3	9.7	15.7	Autres magasins de produits durables 15
3.4	7.8	4.7	9.1	3.4	Autres magasins de vente au détail 16
2.3	2.0	3.1	2.6	2.3	<b>Total, ensemble des magasins 17</b>
<b>Régions</b>					
0.2	1.4	5.1	7.1	0.2	Terre-Neuve 18
-0.5	-0.6	2.7	2.3	-0.5	Île-du-Prince-Édouard 19
4.2	4.0	7.2	5.5	4.2	Nouvelle-Écosse 20
1.2	0.3	1.5	1.5	1.2	Nouveau-Brunswick 21
10.8	3.9	3.1	3.0	10.8	Québec 22
3.3	4.4	6.3	5.5	3.3	Ontario 23
-2.0	0.5	1.0	0.4	-2.0	Manitoba 24
-6.3	-4.3	-0.6	-3.2	-6.3	Saskatchewan 25
-4.0	-0.9	1.4	0.5	-4.0	Alberta 26
-4.1	-3.2	-3.8	-3.1	-4.1	Colombie-Britannique 27
-6.5	-4.8	2.9	2.1	-6.5	Yukon 28
3.7	1.2	2.1	0.6	3.7	Territoires du Nord-Ouest 29



**TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)**

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
Canada						
1	Supermarkets and grocery stores	13,647.9	13,721.5	13,606.3	12,554.8	13,215.4
2	All other food stores	1,162.3	1,096.9	1,122.9	972.8	1,140.6
3	Drugs and patent medicine stores	3,510.7	3,224.6	3,223.3	3,050.9	3,392.7
4	Shoe stores	482.5	427.9	462.7	301.6	496.5
5	Men's clothing stores	556.4	345.3	378.0	288.7	552.4
6	Women's clothing stores	1,372.2	1,106.6	1,147.3	829.1	1,360.0
7	Other clothing stores	2,085.2	1,615.8	1,422.0	1,147.9	1,942.5
8	Household furniture and appliance stores	3,163.1	2,617.3	2,323.8	2,051.9	2,893.4
9	Household furnishings stores	712.0	622.2	599.0	507.1	670.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	15,123.6	16,869.3	19,675.3	13,789.8	15,439.7
11	Gasoline service stations	3,769.3	4,056.1	3,913.6	3,579.7	4,075.2
12	Automotive parts, accessories and services	3,939.2	3,674.0	3,922.2	2,944.5	3,563.6
13	General merchandise stores	9,322.5	6,674.7	6,634.9	5,275.0	8,946.5
14	Other semi-durable goods stores	2,528.1	2,130.6	2,121.4	1,550.6	2,430.6
15	Other durable goods stores	2,152.6	1,766.0	1,639.2	1,232.2	2,005.4
16	Other retail stores	3,307.3	3,147.3	2,941.2	2,340.1	3,083.2
17	Total, all stores	66,835.0	63,096.0	65,133.0	52,416.7	65,208.2
Newfoundland						
1	Supermarkets and grocery stores	277.6	277.8	276.0	251.6	266.8
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	65.7	55.2	58.0	57.4	67.7
4	Shoe stores	4.6	3.7	3.8	2.4	4.8
5	Men's clothing stores	7.5	2.9	3.5	2.1	5.9
6	Women's clothing stores	21.7	13.4	12.7	8.8	21.1
7	Other clothing stores	25.6	19.1	14.3	9.3	24.7
8	Household furniture and appliance stores	43.7	30.0	24.2	19.8	35.5
9	Household furnishings stores	2.9	2.2	2.0	1.5	3.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	179.3	244.5	292.0	175.6	176.6
11	Gasoline service stations	57.7	64.9	59.6	52.2	57.3
12	Automotive parts, accessories and services	61.9	51.2	49.4	36.7	52.8
13	General merchandise stores	210.1	137.2	127.6	103.8	200.6
14	Other semi-durable goods stores	28.6	22.7	20.3	14.2	30.0
15	Other durable goods stores	17.5	11.3	9.6	6.7	16.3
16	Other retail stores	43.1	37.9	35.5	28.5	40.8
17	Total, all stores	1,060.0	986.1	1,000.3	780.4	1,016.0



**TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4		
Per cent - pourcentage						
					<b>Canada</b>	
3.3	2.9	5.1	3.2	4.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
1.9	0.9	4.8	-2.2	-4.4	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.5	6.7	8.5	4.7	2.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-2.8	1.0	5.0	4.3	-2.4	Magasins de chaussures	4
0.7	-1.2	-2.7	3.3	1.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
0.9	0.8	5.4	5.1	0.7	Magasins de vêtements pour dames	6
7.3	8.6	7.3	6.8	6.0	Autres magasins de vêtements	7
9.3	9.5	8.5	9.1	9.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
6.2	5.8	3.2	10.0	9.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-2.0	6.9	4.3	8.2	14.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-7.5	-5.8	-4.8	-6.1	-1.0	Stations-service	11
10.5	1.1	6.6	7.1	4.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
4.2	5.8	7.7	10.7	9.9	Magasins de marchandises diverses	13
4.0	0.2	-0.8	3.9	6.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.3	12.9	16.5	19.5	14.6	Autres magasins de produits durables	15
7.3	6.1	8.9	9.1	9.4	Autres magasins de vente au détail	16
2.5	4.3	5.0	5.7	7.4	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>
					<b>Terre-Neuve</b>	
4.0	-2.9	2.5	2.5	-5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-2.9	-6.0	1.7	0.5	-	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-5.3	-0.8	-0.3	-8.3	-29.9	Magasins de chaussures	4
27.8	9.7	5.5	23.1	0.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
2.6	0.3	0.8	7.7	-5.7	Magasins de vêtements pour dames	6
3.6	19.8	18.7	-7.4	13.6	Autres magasins de vêtements	7
23.1	10.2	-3.8	-0.9	6.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-11.6	0.3	-6.2	-8.3	9.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1.5	6.4	3.5	10.0	17.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
0.6	-0.5	-5.4	-13.2	-8.1	Stations-service	11
17.3	3.6	-1.4	6.1	-0.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
4.7	7.4	9.2	18.9	8.9	Magasins de marchandises diverses	13
-4.6	-13.7	-16.1	0.1	9.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
7.2	-3.8	-0.9	6.8	1.5	Autres magasins de produits durables	15
5.5	0.5	5.2	10.2	41.3	Autres magasins de vente au détail	16
4.3	1.7	2.5	5.1	4.3	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>



**TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)**

Trade Group  No.		Sales Ventes				
		QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island						
1	Supermarkets and grocery stores	65.0	70.9	62.8	56.6	61.6
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	19.7	18.5	17.7	16.9	19.0
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	..	..	..	..	..
7	Other clothing stores	9.7	8.8	5.6	3.8	9.1
8	Household furniture and appliance stores	8.6	6.2	5.8	5.4	8.0
9	Household furnishings stores	4.6	4.9	4.0	2.4	3.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	45.1	57.3	70.9	42.9	46.5
11	Gasoline service stations	21.9	29.2	26.5	26.5	30.3
12	Automotive parts, accessories and services	19.1	18.5	19.3	11.3	15.1
13	General merchandise stores	31.6	22.7	21.4	17.0	33.4
14	Other semi-durable goods stores	12.5	17.6	12.0	7.3	12.3
15	Other durable goods stores	6.8	5.4	3.8	2.2	5.4
16	Other retail stores	13.0	15.1	11.2	8.4	11.4
17	Total, all stores	272.0	289.0	271.8	207.9	268.5
Nova Scotia						
1	Supermarkets and grocery stores	494.9	501.4	472.7	447.8	470.9
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	142.6	130.1	127.1	127.9	137.7
4	Shoe stores	7.8	6.9	7.3	4.7	8.2
5	Men's clothing stores	8.1	4.3	4.7	3.7	7.8
6	Women's clothing stores	44.8	32.6	29.2	20.2	38.9
7	Other clothing stores	55.5	38.4	28.9	23.4	50.4
8	Household furniture and appliance stores	68.5	52.0	44.6	41.2	61.2
9	Household furnishings stores	15.2	10.2	8.9	7.7	11.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	432.1	495.2	608.5	420.6	429.9
11	Gasoline service stations	117.2	130.5	112.6	97.8	112.0
12	Automotive parts, accessories and services	126.2	112.2	117.0	83.4	112.9
13	General merchandise stores	306.3	191.2	184.5	144.6	291.5
14	Other semi-durable goods stores	79.5	68.1	61.4	39.9	71.1
15	Other durable goods stores	57.7	42.6	38.2	26.2	51.3
16	Other retail stores	112.8	112.6	98.9	75.8	106.4
17	Total, all stores	2,092.3	1,953.5	1,969.1	1,584.0	1,984.3



**TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4		
Per cent - pourcentage						
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>						
5.4	9.7	6.6	7.4	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.7	6.4	3.3	-2.1	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
..	..	..	..	..	Magasins de vêtements pour dames	6
6.6	21.4	23.3	12.4	35.3	Autres magasins de vêtements	7
6.8	11.9	16.4	34.0	23.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
44.0	106.6	64.5	34.7	65.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-3.1	-0.1	11.3	14.3	12.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-27.7	-21.9	-6.2	13.0	20.1	Stations-service	11
26.1	16.6	16.4	6.4	-0.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-5.6	-6.0	2.8	15.3	6.2	Magasins de marchandises diverses	13
1.7	1.4	-12.1	-26.4	-27.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
24.8	17.4	13.5	-7.5	-0.4	Autres magasins de produits durables	15
14.2	7.2	2.3	-3.3	2.8	Autres magasins de vente au détail	16
1.3	3.2	6.5	8.1	6.5	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>						
5.1	-4.0	0.2	0.5	-4.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
3.6	8.3	11.5	9.0	0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-4.4	-3.7	2.5	-12.7	-21.1	Magasins de chaussures	4
4.4	0.4	-2.0	-2.0	-19.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
15.3	17.5	15.4	1.4	-8.6	Magasins de vêtements pour dames	6
10.3	16.3	12.1	3.9	3.7	Autres magasins de vêtements	7
11.9	15.6	16.3	25.2	21.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
34.9	13.3	18.4	15.7	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
0.5	-3.8	0.5	11.5	7.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
4.6	13.0	9.5	-9.0	-23.2	Stations-service	11
11.8	-6.2	13.6	11.2	16.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.1	4.5	9.4	4.8	0.9	Magasins de marchandises diverses	13
11.9	17.5	5.8	-1.1	14.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
12.4	19.0	23.9	5.1	8.5	Autres magasins de produits durables	15
6.0	8.3	2.9	-5.9	-0.4	Autres magasins de vente au détail	16
5.4	1.7	4.9	4.8	0.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>



**TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)**

Trade Group		Sales				
		Ventes				
		QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4
No.						
		millions of dollars - millions de dollars				
New Brunswick						
1	Supermarkets and grocery stores	396.5	392.5	378.8	348.0	366.6
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	91.7	84.2	80.2	78.2	88.0
4	Shoe stores	7.5	6.0	5.7	3.6	6.8
5	Men's clothing stores	11.4	6.2	5.9	4.4	9.5
6	Women's clothing stores	28.8	20.5	19.6	13.7	27.8
7	Other clothing stores	44.0	32.3	25.4	19.4	40.1
8	Household furniture and appliance stores	58.1	42.1	38.8	31.4	52.3
9	Household furnishings stores	14.8	12.9	11.7	8.5	13.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	301.7	404.2	507.2	314.8	365.7
11	Gasoline service stations	105.9	118.0	104.5	105.2	113.4
12	Automotive parts, accessories and services	101.8	93.9	99.4	65.4	88.1
13	General merchandise stores	247.7	166.0	159.8	123.7	235.4
14	Other semi-durable goods stores	57.4	48.8	46.3	29.7	50.4
15	Other durable goods stores	38.2	26.8	23.9	17.2	34.5
16	Other retail stores	69.4	65.5	51.4	39.9	58.8
17	Total, all stores	1,588.7	1,536.0	1,573.3	1,213.4	1,572.1
Quebec						
1	Supermarkets and grocery stores	3,519.1	3,475.8	3,430.4	3,201.1	3,304.5
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	733.5	719.2	742.2	714.6	750.4
4	Shoe stores	170.2	142.3	163.5	90.4	176.4
5	Men's clothing stores	116.1	76.6	90.5	58.1	114.7
6	Women's clothing stores	363.4	314.1	339.2	230.5	385.4
7	Other clothing stores	486.5	422.6	405.3	280.3	451.2
8	Household furniture and appliance stores	808.6	717.4	642.4	485.3	731.0
9	Household furnishings stores	136.8	125.5	132.9	91.8	124.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,529.7	4,055.3	4,770.3	3,144.8	3,480.8
11	Gasoline service stations	703.0	724.3	680.4	656.5	777.7
12	Automotive parts, accessories and services	971.8	873.0	1,004.0	750.0	938.7
13	General merchandise stores	1,743.6	1,323.3	1,356.3	1,049.2	1,682.8
14	Other semi-durable goods stores	480.6	476.8	486.5	329.3	458.2
15	Other durable goods stores	427.5	367.5	345.8	241.0	394.2
16	Other retail stores	518.0	443.2	477.2	337.5	451.8
17	Total, all stores	15,054.8	14,603.1	15,426.6	11,966.3	14,564.5



**TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4		
Per cent - pourcentage						
<b>Nouveau-Brunswick</b>						
8.2	5.7	5.2	4.1	3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
4.3	15.2	0.1	-3.8	-4.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
10.0	-0.3	4.5	-10.3	-23.4	Magasins de chaussures	4
20.5	12.1	7.4	18.5	3.5	Magasins de vêtements pour hommes	5
3.8	-2.2	-5.5	-10.9	-14.0	Magasins de vêtements pour dames	6
9.7	18.5	14.3	-0.3	20.8	Autres magasins de vêtements	7
11.1	12.1	5.1	-3.8	1.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
11.7	-2.7	1.1	1.2	-7.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-17.5	6.9	6.4	27.3	19.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-6.6	-0.9	16.5	29.4	29.5	Stations-service	11
15.5	8.7	12.9	6.1	-4.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.2	7.5	10.5	9.3	0.2	Magasins de marchandises diverses	13
13.9	8.6	6.0	0.6	-2.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
11.0	13.9	26.7	16.7	10.6	Autres magasins de produits durables	15
17.9	7.4	-1.9	-3.8	-5.5	Autres magasins de vente au détail	16
1.1	6.4	7.0	10.4	6.3	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>
<b>Québec</b>						
6.5	2.9	0.8	0.8	3.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-2.3	4.0	13.6	5.9	-6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-3.5	-2.0	1.7	3.0	1.0	Magasins de chaussures	4
1.2	0.2	-10.0	-9.0	-10.8	Magasins de vêtements pour hommes	5
-5.7	-3.4	11.3	7.1	6.1	Magasins de vêtements pour dames	6
7.8	6.8	6.4	-6.3	-8.2	Autres magasins de vêtements	7
10.6	10.9	6.4	1.2	7.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
10.1	4.9	8.0	6.9	-7.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
1.4	2.9	-0.6	7.6	9.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-9.6	-10.4	-17.7	-22.2	-15.5	Stations-service	11
3.5	-3.2	5.3	14.0	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
3.6	7.0	9.2	10.4	9.7	Magasins de marchandises diverses	13
4.9	-5.5	-3.2	6.6	5.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
8.4	18.4	20.8	13.2	19.8	Autres magasins de produits durables	15
14.7	-1.1	9.1	10.0	4.0	Autres magasins de vente au détail	16
3.4	2.4	2.1	3.1	3.6	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>



**TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)**

Trade Group		Sales				
		Ventes				
No.		QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4
millions of dollars - millions de dollars						
Ontario						
1	Supermarkets and grocery stores	4,311.4	4,360.7	4,427.9	4,052.9	4,221.3
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	1,451.9	1,333.5	1,295.4	1,185.6	1,312.2
4	Shoe stores	179.3	162.1	174.1	119.1	187.6
5	Men's clothing stores	240.9	149.2	159.1	121.8	235.8
6	Women's clothing stores	557.2	427.3	444.0	327.6	526.1
7	Other clothing stores	828.8	580.9	500.7	444.4	747.9
8	Household furniture and appliance stores	1,120.3	937.6	820.8	755.2	988.2
9	Household furnishings stores	296.6	256.0	233.6	213.1	270.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,018.0	6,421.1	7,579.8	5,146.8	5,798.4
11	Gasoline service stations	1,503.2	1,554.1	1,504.0	1,363.3	1,592.8
12	Automotive parts, accessories and services	1,506.8	1,410.8	1,480.4	1,089.7	1,302.2
13	General merchandise stores	3,740.7	2,598.4	2,578.3	2,021.9	3,535.3
14	Other semi-durable goods stores	1,130.6	902.5	886.7	653.5	1,064.4
15	Other durable goods stores	881.1	694.9	642.3	475.8	803.7
16	Other retail stores	1,458.2	1,436.9	1,289.1	1,043.8	1,357.3
17	Total, all stores	25,737.9	23,691.4	24,488.0	19,426.5	24,442.6
Manitoba						
1	Supermarkets and grocery stores	538.9	533.1	534.7	488.9	511.3
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	77.3	70.3	69.1	68.6	76.3
4	Shoe stores	15.5	12.6	12.6	9.0	13.9
5	Men's clothing stores	17.0	9.4	11.3	7.9	16.2
6	Women's clothing stores	34.5	27.4	27.8	20.3	33.3
7	Other clothing stores	67.4	48.4	43.6	36.6	65.8
8	Household furniture and appliance stores	103.5	80.3	71.8	68.8	92.4
9	Household furnishings stores	14.5	13.3	12.7	10.5	15.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	633.7	673.3	747.1	566.9	684.4
11	Gasoline service stations	144.8	159.4	155.1	137.8	148.7
12	Automotive parts, accessories and services	124.6	120.6	124.1	94.0	114.6
13	General merchandise stores	373.0	265.1	262.0	212.9	362.6
14	Other semi-durable goods stores	75.1	49.5	50.6	42.3	76.6
15	Other durable goods stores	61.8	50.9	55.3	39.7	61.7
16	Other retail stores	103.4	90.1	87.2	67.4	98.8
17	Total, all stores	2,405.7	2,222.6	2,284.6	1,887.4	2,390.9



**TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4		
Per cent - pourcentage						
<b>Ontario</b>						
2.1	5.1	8.2	6.0	7.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
10.6	15.4	16.0	8.1	5.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-4.4	1.1	5.9	5.2	-1.2	Magasins de chaussures	4
2.1	-1.2	0.1	3.6	1.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
5.9	3.8	1.6	5.4	-4.0	Magasins de vêtements pour dames	6
10.8	11.2	9.6	19.2	12.4	Autres magasins de vêtements	7
13.4	13.7	12.0	18.0	10.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
9.6	9.7	2.7	18.8	18.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
3.8	15.4	15.0	15.4	19.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-5.6	-5.6	-5.3	-7.4	1.2	Stations-service	11
15.7	4.6	6.8	3.9	-0.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.8	6.2	7.9	10.4	10.5	Magasins de marchandises diverses	13
6.2	5.9	2.8	6.1	10.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
9.6	14.3	15.1	25.3	14.3	Autres magasins de produits durables	15
7.4	9.5	12.3	12.2	10.5	Autres magasins de vente au détail	16
<b>5.3</b>	<b>8.4</b>	<b>9.5</b>	<b>9.2</b>	<b>9.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>
<b>Manitoba</b>						
5.4	3.1	-1.0	-4.0	-3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1.2	5.0	4.1	-4.9	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
11.7	13.0	9.1	6.9	-19.7	Magasins de chaussures	4
4.9	-3.4	-2.4	5.7	6.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
3.8	3.2	2.6	2.7	-5.3	Magasins de vêtements pour dames	6
2.3	4.4	5.1	-1.6	5.8	Autres magasins de vêtements	7
11.9	6.4	8.7	9.4	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-6.2	-8.6	0.5	4.0	-0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-7.4	2.4	4.1	9.6	25.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-2.6	1.6	2.3	2.5	0.1	Stations-service	11
8.7	1.3	3.7	5.2	-3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.9	5.4	3.4	7.1	9.6	Magasins de marchandises diverses	13
-1.8	-9.2	-5.1	-2.7	5.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
-	5.8	14.5	19.9	17.3	Autres magasins de produits durables	15
4.6	6.8	6.8	6.8	7.2	Autres magasins de vente au détail	16
<b>0.6</b>	<b>3.1</b>	<b>3.0</b>	<b>3.5</b>	<b>7.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>



**TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)**

Trade Group		Sales				
		Ventas				
		QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4
No.		millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan						
1	Supermarkets and grocery stores	475.0	484.0	476.1	427.0	464.4
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	106.1	98.5	97.4	94.6	105.5
4	Shoe stores	6.5	6.0	7.1	5.4	7.0
5	Men's clothing stores	13.0	7.7	8.6	6.8	13.4
6	Women's clothing stores	30.7	24.3	27.0	21.3	33.9
7	Other clothing stores	56.0	42.0	38.0	28.2	52.9
8	Household furniture and appliance stores	82.2	60.7	55.1	54.3	83.8
9	Household furnishings stores	20.6	19.6	19.6	15.9	22.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	458.9	480.7	537.1	434.8	548.4
11	Gasoline service stations	137.2	150.3	143.1	130.5	140.1
12	Automotive parts, accessories and services	150.0	135.1	130.5	105.0	124.5
13	General merchandise stores	325.7	240.6	238.6	195.8	319.2
14	Other semi-durable goods stores	56.8	43.5	50.3	40.8	66.8
15	Other durable goods stores	61.7	47.2	47.5	34.0	57.8
16	Other retail stores	75.5	71.2	66.5	53.3	76.3
17	Total, all stores	2,074.1	1,927.7	1,959.4	1,662.5	2,134.8
Alberta						
1	Supermarkets and grocery stores	1,593.8	1,574.2	1,522.5	1,385.1	1,468.8
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	339.4	291.6	312.9	300.0	345.0
4	Shoe stores	37.1	36.0	37.0	26.9	38.1
5	Men's clothing stores	72.4	44.2	49.3	45.3	75.7
6	Women's clothing stores	125.8	104.1	102.7	76.2	122.1
7	Other clothing stores	249.8	217.3	185.3	147.3	246.6
8	Household furniture and appliance stores	416.4	319.1	288.3	277.0	388.0
9	Household furnishings stores	85.8	74.7	75.6	64.7	81.6
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,761.6	1,925.4	2,259.9	1,707.8	2,008.8
11	Gasoline service stations	434.3	495.7	489.8	433.6	482.1
12	Automotive parts, accessories and services	435.2	422.9	442.5	326.0	387.2
13	General merchandise stores	1,059.9	768.1	754.1	607.8	1,002.0
14	Other semi-durable goods stores	257.0	202.8	205.7	157.6	247.8
15	Other durable goods stores	255.7	213.3	201.8	153.5	241.4
16	Other retail stores	436.1	414.1	385.9	313.1	407.0
17	Total, all stores	7,617.2	7,153.3	7,367.5	6,068.7	7,601.2



**TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4		
Per cent - pourcentage						
					<b>Saskatchewan</b>	
2.3	4.3	9.0	7.7	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
0.6	2.2	6.7	25.9	41.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-6.3	-8.1	-5.2	0.6	-32.6	Magasins de chaussures	4
-3.2	-9.1	-10.9	-6.1	-21.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
-9.5	-9.1	-5.3	5.0	-3.2	Magasins de vêtements pour dames	6
5.9	11.4	10.3	2.1	1.8	Autres magasins de vêtements	7
-1.8	7.8	10.8	22.7	39.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-8.1	-5.6	1.0	7.0	8.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-16.3	-7.2	-10.8	-4.9	3.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-2.1	-1.2	-2.5	6.6	-2.1	Stations-service	11
20.5	1.3	-6.2	4.3	20.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.1	5.6	6.5	14.2	11.7	Magasins de marchandises diverses	13
-15.0	-3.7	-4.4	-10.3	-1.8	Autres magasins de produits semi-durables	14
6.9	6.7	4.4	11.6	7.4	Autres magasins de produits durables	15
-1.0	-0.2	-4.6	1.5	11.2	Autres magasins de vente au détail	16
-2.8	0.1	-0.8	4.8	7.5	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>
					<b>Alberta</b>	
8.5	9.3	8.7	3.3	3.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.6	-3.4	-4.0	0.4	0.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-2.6	12.8	23.0	15.7	2.5	Magasins de chaussures	4
-4.3	3.2	9.8	24.0	30.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
3.0	3.2	6.8	7.4	9.8	Magasins de vêtements pour dames	6
1.3	8.0	9.1	9.2	11.2	Autres magasins de vêtements	7
7.3	8.2	16.5	22.4	15.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
5.1	8.9	4.0	4.4	7.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-12.3	6.5	-1.5	6.1	22.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-9.9	-4.8	2.7	2.6	10.7	Stations-service	11
12.4	2.7	13.9	9.1	11.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
5.8	9.2	13.9	20.6	17.2	Magasins de marchandises diverses	13
3.7	0.7	4.9	12.0	6.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
5.9	11.7	20.8	12.7	4.6	Autres magasins de produits durables	15
7.1	8.0	8.5	10.9	19.7	Autres magasins de vente au détail	16
0.2	6.0	5.7	8.0	13.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>



**TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)**

Trade Group  No.		Sales Ventes				
		QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4
		millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia						
1	Supermarkets and grocery stores	1,925.8	1,999.6	1,973.9	1,849.9	2,029.5
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	475.1	416.2	416.2	400.4	484.5
4	Shoe stores	52.2	50.4	50.0	38.8	51.8
5	Men's clothing stores	65.5	41.9	43.1	37.3	69.4
6	Women's clothing stores	157.7	136.9	140.1	107.1	164.5
7	Other clothing stores	258.1	202.3	171.5	152.8	250.2
8	Household furniture and appliance stores	448.1	367.4	328.1	309.8	447.1
9	Household furnishings stores	119.3	101.8	97.2	90.1	124.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,734.2	2,076.5	2,264.2	1,804.7	1,869.3
11	Gasoline service stations	532.4	615.0	625.2	565.2	610.3
12	Automotive parts, accessories and services	429.1	422.0	438.8	373.7	415.4
13	General merchandise stores	1,221.9	905.0	899.7	749.3	1,222.4
14	Other semi-durable goods stores	342.7	289.8	293.8	230.0	344.5
15	Other durable goods stores	338.1	299.4	265.1	231.8	333.3
16	Other retail stores	467.7	448.7	425.3	364.1	464.2
17	Total, all stores	8,719.7	8,512.1	8,574.9	7,438.6	9,022.4
Yukon and Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	50.1	51.5	50.4	45.9	49.5
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	..	..	..	..	..
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	2.1	1.4	1.6	1.0	1.8
7	Other clothing stores	..	..	..	..	..
8	Household furniture and appliance stores	5.2	4.5	3.9	3.7	5.8
9	Household furnishings stores	0.8	0.9	0.8	0.9	1.0
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	29.4	35.8	38.3	30.1	30.8
11	Gasoline service stations	..	..	..	..	..
12	Automotive parts, accessories and services	..	..	..	..	..
13	General merchandise stores	61.9	57.2	52.7	49.2	61.2
14	Other semi-durable goods stores	7.2	8.6	7.9	5.9	8.6
15	Other durable goods stores	6.5	6.5	5.8	4.0	5.8
16	Other retail stores	10.1	12.0	12.9	8.4	10.3
17	Total, all stores	212.6	221.2	217.6	181.0	211.1



**TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4		
Per cent - pourcentage						
					<b>Colombie-Britannique</b>	
-5.1	-4.3	5.8	3.0	6.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-1.9	-4.0	-5.9	-3.7	7.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
0.7	1.1	3.6	2.6	1.4	Magasins de chaussures	4
-5.7	-8.7	-8.7	2.1	6.0	Magasins de vêtements pour hommes	5
-4.1	-1.8	6.3	1.3	6.3	Magasins de vêtements pour dames	6
3.1	1.9	-1.9	4.9	10.3	Autres magasins de vêtements	7
0.2	-1.4	-1.0	-7.3	0.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-3.9	-1.4	-3.6	0.7	18.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-7.2	-0.1	-4.9	-6.2	3.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
-12.8	-8.5	-	5.8	8.6	Stations-service	11
3.3	-3.1	4.1	3.1	1.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
-	0.6	1.9	5.6	7.3	Magasins de marchandises diverses	13
-0.5	-7.3	-9.4	-3.5	-2.2	Autres magasins de produits semi-durables	14
1.5	6.2	13.6	24.2	21.2	Autres magasins de produits durables	15
0.8	2.2	4.8	5.2	6.6	Autres magasins de vente au détail	16
-3.4	-2.1	-	-0.1	5.3	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>
					<b>Yukon et Territoires du Nord-Ouest</b>	
1.1	-1.9	0.3	11.7	10.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
..	..	..	..	..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
11.8	10.8	9.4	-5.0	3.0	Magasins de vêtements pour dames	6
..	..	..	..	..	Autres magasins de vêtements	7
-10.6	-4.2	-14.8	7.4	6.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
-19.0	7.4	-0.5	14.9	-25.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-4.8	-3.2	-13.8	-8.2	15.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	..	..	..	..	Stations-service	11
..	..	..	..	..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1.1	5.2	-5.6	5.6	9.7	Magasins de marchandises diverses	13
-16.0	-2.2	8.4	4.8	7.0	Autres magasins de produits semi-durables	14
12.4	19.9	-0.6	12.3	16.0	Autres magasins de produits durables	15
-1.8	6.1	28.6	9.3	-1.1	Autres magasins de vente au détail	16
0.7	2.8	-0.1	4.5	8.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>



**TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)**

Trade Group  No.		Sales Ventes				
		QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4
		millions of dollars - millions de dollars				
Yukon						
1	Supermarkets and grocery stores	24.2	26.5	24.6	22.2	24.9
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	..	..	..	..	..
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	13.2	16.0	16.6	12.3	13.5
11	Gasoline service stations	..	..	..	..	..
12	Automotive parts, accessories and services	..	..	..	..	..
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.8	4.7	4.0	2.9	4.4
15	Other durable goods stores	..	..	..	..	..
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	77.6	89.7	82.5	63.8	77.8
Northwest Territories						
1	Supermarkets and grocery stores	25.9	25.1	25.8	23.7	24.7
2	All other food stores	..	..	..	..	..
3	Drugs and patent medicine stores	X	X	X	X	X
4	Shoe stores	X	X	X	X	X
5	Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6	Women's clothing stores	X	X	X	X	X
7	Other clothing stores	X	X	X	X	X
8	Household furniture and appliance stores	1.9	1.6	1.6	1.4	1.7
9	Household furnishings stores	X	X	X	X	X
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16.2	19.8	21.7	17.9	17.3
11	Gasoline service stations	5.4	4.7	4.2	5.2	4.3
12	Automotive parts, accessories and services	..	..	..	..	..
13	General merchandise stores	X	X	X	X	X
14	Other semi-durable goods stores	3.5	3.8	3.9	3.0	4.2
15	Other durable goods stores	2.8	2.5	2.9	2.2	2.7
16	Other retail stores	X	X	X	X	X
17	Total, all stores	135.0	131.4	135.1	117.1	133.3



**TABEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce	N°
QUARTER 4 1998 TRIMESTRE 4	QUARTER 3 1998 TRIMESTRE 3	QUARTER 2 1998 TRIMESTRE 2	QUARTER 1 1998 TRIMESTRE 1	QUARTER 4 1997 TRIMESTRE 4		
Per cent - pourcentage						
					<b>Yukon</b>	
-2.7	0.8	-2.6	3.4	7.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
..	..	..	..	..	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-2.7	1.5	-23.4	-	15.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
..	..	..	..	..	Stations-service	11
..	..	..	..	..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-14.3	-2.2	6.8	11.8	9.7	Autres magasins de produits semi-durables	14
..	..	..	..	..	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
-0.3	5.3	-2.9	3.7	5.1	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>	
5.0	-4.5	3.3	20.8	14.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	..	..	..	..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7
8.9	-2.8	-4.6	4.6	1.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
-6.4	-6.7	-4.8	-13.1	15.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
26.0	27.1	11.8	-0.8	-12.6	Stations-service	11
..	..	..	..	..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13
-17.8	-2.2	10.0	-1.3	4.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
3.4	27.2	2.1	21.6	52.1	Autres magasins de produits durables	15
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16
1.3	1.2	1.7	4.9	9.7	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>



**TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)**

No.	Response fraction				
	Fraction de réponse				
	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	
Per cent - pourcentage					
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	89.5	92.4	93.4	94.9
2	All other food stores	85.6	92.4	91.6	90.2
3	Drugs and patent medicine stores	85.0	88.3	88.0	91.3
4	Shoe stores	93.9	94.6	93.9	94.3
5	Men's clothing stores	91.7	93.9	93.9	92.5
6	Women's clothing stores	90.0	94.7	93.7	92.3
7	Other clothing stores	92.5	96.5	93.8	94.0
8	Household furniture and appliance stores	91.0	94.6	94.5	94.6
9	Household furnishings stores	83.6	93.3	90.2	90.5
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.0	96.0	95.9	95.3
11	Gasoline service stations	77.9	94.6	91.2	92.4
12	Automotive parts, accessories and services	90.5	95.4	93.4	93.2
13	General merchandise stores	98.4	99.4	99.4	99.3
14	Other semi-durable goods stores	89.6	95.1	91.2	92.1
15	Other durable goods stores	89.4	92.6	93.0	92.8
16	Other retail stores	89.7	96.3	94.9	93.2
17	Total, all stores	90.4	95.0	94.4	94.6
Regions					
18	Newfoundland	95.8	97.8	97.1	97.2
19	Prince Edward Island	92.4	94.4	93.6	93.3
20	Nova Scotia	92.1	96.9	96.4	96.2
21	New Brunswick	90.6	95.7	94.0	94.0
22	Quebec	89.3	95.3	94.6	93.2
23	Ontario	89.5	93.8	93.6	95.1
24	Manitoba	88.4	95.4	95.5	94.8
25	Saskatchewan	90.6	94.4	92.4	93.7
26	Alberta	90.6	95.8	95.3	95.4
27	British Columbia	93.8	96.2	95.1	94.7
28	Yukon	88.8	91.6	88.8	88.4
29	Northwest Territories	91.2	96.7	96.8	96.5



**TABEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				N°
January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	
Per cent - pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.2	1.2	1.2	1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
4.9	5.0	4.6	4.8	Tous les autres magasins d'alimentation 2
2.0	1.9	1.9	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
2.3	2.1	2.0	2.2	Magasins de chaussures 4
3.8	2.9	2.9	3.0	Magasins de vêtements pour hommes 5
2.0	1.8	2.2	2.5	Magasins de vêtements pour dames 6
2.3	2.3	1.7	1.9	Autres magasins de vêtements 7
2.7	2.8	2.5	2.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
3.4	3.3	3.2	3.3	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
3.1	4.0	3.7	3.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
2.4	2.3	2.3	2.2	Stations-service 11
2.6	2.2	2.6	2.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
0.7	0.5	0.5	0.6	Magasins de marchandises diverses 13
3.6	3.1	3.4	3.9	Autres magasins de produits semi-durables 14
3.6	3.1	3.2	3.1	Autres magasins de produits durables 15
1.7	1.4	1.8	1.7	Autres magasins de vente au détail 16
0.9	0.9	1.0	1.0	<b>Total, ensemble des magasins 17</b>
<b>Régions</b>				
2.4	1.9	1.7	2.0	Terre-Neuve 18
1.6	1.2	1.5	1.5	Île-du-Prince-Édouard 19
3.9	2.9	3.4	3.7	Nouvelle-Écosse 20
2.4	1.7	1.9	2.6	Nouveau-Brunswick 21
2.2	2.1	2.3	2.7	Québec 22
1.7	1.8	2.0	2.1	Ontario 23
2.0	1.8	2.0	2.0	Manitoba 24
1.9	1.6	2.8	1.7	Saskatchewan 25
2.1	1.8	2.0	2.2	Alberta 26
1.4	1.1	1.3	1.4	Colombie-Britannique 27
0.5	0.3	0.4	0.5	Yukon 28
- -	- -	- -	- -	Territoires du Nord-Ouest 29



**TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)**

No.	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet
millions of dollars - millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
1 Supermarkets and grocery stores	4,522.4	4,459.0	4,540.6	4,468.7	4,489.3	4,419.5	4,476.5
2 All other food stores	357.9	363.1	363.5	372.6	358.6	359.7	363.4
3 Drugs and patent medicine stores	1,104.1	1,071.5	1,082.0	1,091.4	1,078.3	1,099.4	1,105.9
4 Shoe stores	139.1	140.1	133.8	135.0	135.9	137.3	140.0
5 Men's clothing stores	125.2	128.1	132.1	129.5	131.2	132.6	130.2
6 Women's clothing stores	380.2	363.9	380.2	364.4	365.5	370.7	371.9
7 Other clothing stores	527.4	517.0	535.9	539.7	533.8	534.3	532.0
8 Household furniture and appliance stores	891.4	883.8	869.1	858.3	865.7	854.8	871.0
9 Household furnishings stores	203.6	208.9	208.8	204.9	203.5	202.4	199.8
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,623.5	5,555.7	5,501.6	5,308.6	5,687.5	5,567.4	5,487.4
11 Gasoline service stations	1,227.8	1,236.7	1,245.9	1,260.3	1,259.6	1,271.5	1,272.1
12 Automotive parts, accessories and service	1,254.7	1,241.5	1,227.2	1,225.3	1,203.6	1,181.8	1,206.6
13 General merchandise stores	2,488.1	2,373.7	2,337.5	2,348.0	2,353.6	2,303.3	2,349.7
14 Other semi-durable goods stores	698.3	696.4	726.4	711.6	701.5	689.4	688.7
15 Other durable goods stores	606.5	569.3	573.2	578.0	576.5	573.8	580.0
16 Other retail stores	1,008.5	986.4	996.8	984.7	994.8	977.3	969.9
17 Total, all stores	21,158.8	20,795.1	20,854.6	20,581.1	20,939.1	20,675.5	20,745.0
<b>Regions</b>							
18 Newfoundland	327.5	315.5	327.6	324.6	325.8	311.8	319.0
19 Prince Edward Island	88.4	84.7	85.4	85.6	87.0	87.7	88.7
20 Nova Scotia	667.8	646.3	644.7	639.3	635.4	635.4	637.2
21 New Brunswick	508.8	490.2	491.5	480.7	496.2	494.6	499.8
22 Quebec	4,946.5	4,847.9	4,839.8	4,764.5	4,809.6	4,758.7	4,775.7
23 Ontario	8,019.6	7,865.4	7,932.3	7,821.5	7,937.0	7,849.4	7,813.8
24 Manitoba	744.3	738.5	734.6	727.9	755.8	728.2	733.6
25 Saskatchewan	638.1	632.5	631.6	625.1	652.6	632.5	636.5
26 Alberta	2,373.9	2,350.2	2,355.3	2,305.8	2,417.4	2,359.5	2,380.2
27 British Columbia	2,772.7	2,753.6	2,741.4	2,736.9	2,752.3	2,748.4	2,791.3
28 Yukon	25.9	26.1	26.2	25.9	26.5	26.8	26.4
29 Northwest Territories	45.3	44.1	44.2	43.2	43.5	42.5	42.7



**TABEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)**

June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	February 1998 Février	January 1998 Janvier	N°
millions of dollars - millions de dollars						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
4,471.2	4,481.3	4,462.3	4,411.1	4,375.7	4,401.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries 1
360.2	358.4	360.2	358.2	367.1	364.1	Tous les autres magasins d'alimentation 2
1,091.8	1,103.4	1,085.5	1,070.3	1,074.3	1,061.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3
134.8	149.6	145.6	143.2	146.9	139.8	Magasins de chaussures 4
125.5	128.7	130.3	130.9	132.4	131.6	Magasins de vêtements pour hommes 5
355.9	377.0	384.2	382.5	377.6	367.1	Magasins de vêtements pour dames 6
515.5	518.1	505.3	514.1	520.7	497.7	Autres magasins de vêtements 7
842.4	842.3	817.3	817.6	811.8	799.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8
200.6	198.8	203.4	207.0	207.5	201.1	Magasins d'accessoires d'ameublement 9
5,477.1	5,507.3	5,478.3	5,348.0	5,317.7	5,186.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10
1,266.1	1,299.9	1,290.7	1,284.3	1,304.2	1,296.3	Stations-service 11
1,166.9	1,217.1	1,253.1	1,188.5	1,177.9	1,188.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12
2,250.5	2,359.6	2,360.9	2,336.7	2,345.6	2,298.6	Magasins de marchandises diverses 13
650.5	688.4	684.1	696.0	700.6	698.5	Autres magasins de produits semi-durables 14
571.3	574.0	568.9	564.5	578.4	542.3	Autres magasins de produits durables 15
962.5	977.6	987.8	985.5	964.9	962.1	Autres magasins de vente au détail 16
<b>20,442.8</b>	<b>20,781.7</b>	<b>20,718.1</b>	<b>20,438.5</b>	<b>20,403.4</b>	<b>20,136.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins 17</b>
<b>Régions</b>						
321.2	320.3	312.3	312.7	314.6	315.7	Terre-Neuve 18
88.2	87.8	86.9	87.1	86.6	86.0	Île-du-Prince-Édouard 19
626.4	627.1	629.0	619.1	631.6	620.7	Nouvelle-Écosse 20
494.4	499.9	503.7	497.4	482.2	489.5	Nouveau-Brunswick 21
4,644.2	4,756.1	4,790.7	4,848.5	4,884.7	4,324.2	Québec 22
7,746.3	7,920.2	7,785.5	7,604.1	7,530.0	7,562.5	Ontario 23
732.4	719.7	742.7	729.3	711.2	742.6	Manitoba 24
627.8	629.2	638.1	634.1	620.5	671.5	Saskatchewan 25
2,330.6	2,374.6	2,353.0	2,276.4	2,321.9	2,407.6	Alberta 26
2,765.0	2,779.6	2,805.2	2,760.0	2,750.9	2,846.0	Colombie-Britannique 27
25.8	25.3	25.4	26.3	25.7	26.9	Yukon 28
40.5	41.9	45.6	43.5	43.4	43.7	Territoires du Nord-Ouest 29



**TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)**

No.		January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	4,504.9	4,741.2	4,222.3	4,684.5	4,395.8	4,507.3	4,818.4
2	All other food stores	321.1	447.8	344.3	370.2	349.4	362.0	385.6
3	Drugs and patent medicine stores	1,067.2	1,346.8	1,058.1	1,105.8	1,055.6	1,070.5	1,098.5
4	Shoe stores	107.8	177.1	150.6	154.8	148.6	148.5	130.9
5	Men's clothing stores	98.1	261.8	156.7	137.9	120.5	111.3	113.5
6	Women's clothing stores	277.6	590.2	397.7	384.3	392.1	351.8	362.6
7	Other clothing stores	388.5	890.9	605.7	588.6	563.7	577.7	474.4
8	Household furniture and appliance stores	742.2	1,312.5	941.9	908.8	887.9	866.4	863.0
9	Household furnishings stores	159.0	268.5	225.8	217.6	210.2	204.8	207.2
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,249.6	4,850.2	5,003.1	5,270.3	5,690.6	5,250.5	5,928.2
11	Gasoline service stations	1,134.5	1,232.1	1,225.3	1,311.9	1,264.6	1,371.5	1,420.1
12	Automotive parts, accessories and service	1,034.2	1,348.5	1,323.5	1,267.2	1,179.9	1,153.4	1,340.7
13	General merchandise stores	1,803.1	3,958.6	2,859.9	2,503.9	2,236.4	2,244.7	2,193.5
14	Other semi-durable goods stores	512.6	1,079.1	757.6	691.4	707.4	703.8	719.4
15	Other durable goods stores	472.7	1,074.3	557.2	521.1	558.8	606.0	601.2
16	Other retail stores	801.5	1,366.3	932.8	1,008.3	972.0	1,049.1	1,126.1
17	Total, all stores	17,674.4	24,946.0	20,762.5	21,126.5	20,733.5	20,579.4	21,783.2
	Regions							
18	Newfoundland	256.9	389.1	336.8	334.1	316.8	323.1	346.2
19	Prince Edward Island	68.8	102.3	83.0	86.7	86.2	98.0	104.8
20	Nova Scotia	551.0	786.5	650.6	655.2	617.2	651.0	685.3
21	New Brunswick	403.9	589.0	494.6	505.0	494.6	505.2	536.3
22	Quebec	4,034.2	5,420.1	4,703.9	4,930.8	4,774.3	4,743.6	5,085.3
23	Ontario	6,701.3	9,744.8	8,043.5	7,949.6	7,913.1	7,663.8	8,114.5
24	Manitoba	631.0	902.2	736.8	766.7	737.1	724.4	761.0
25	Saskatchewan	550.2	760.9	643.7	669.5	638.2	628.0	661.5
26	Alberta	2,010.7	2,874.1	2,348.4	2,394.7	2,348.0	2,359.7	2,445.6
27	British Columbia	2,407.4	3,298.0	2,656.6	2,765.1	2,739.2	2,809.2	2,963.7
28	Yukon	20.4	28.3	23.4	25.8	26.6	30.5	32.6
29	Northwest Territories	38.8	50.6	41.1	43.3	42.2	42.9	46.3



**TABEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)**

June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	February 1998 Février	January 1998 Janvier	Year 1999 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>	
4,460.4	4,754.8	4,391.0	4,128.5	3,892.9	4,533.4	4,504.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries	1
371.8	383.8	367.3	330.8	318.7	323.4	321.1	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,064.5	1,091.9	1,066.8	1,035.3	979.3	1,036.4	1,067.2	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
146.2	173.9	142.6	106.5	86.5	108.6	107.8	Magasins de chaussures	4
131.9	129.8	116.3	97.2	82.6	108.9	98.1	Magasins de vêtements pour hommes	5
362.5	416.8	368.0	311.6	249.5	268.0	277.6	Magasins de vêtements pour dames	6
477.5	498.1	446.3	433.3	339.3	375.3	388.5	Autres magasins de vêtements	7
815.8	775.9	732.1	733.4	631.8	686.6	742.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
213.9	196.5	188.7	186.7	161.0	159.4	159.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
6,639.0	6,693.6	6,342.7	5,466.3	4,258.8	4,064.7	4,249.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,338.3	1,343.0	1,232.4	1,208.3	1,147.0	1,224.4	1,134.5	Stations-service	11
1,303.2	1,353.9	1,265.1	1,041.4	896.2	1,006.9	1,034.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2,160.9	2,291.0	2,183.0	1,947.6	1,648.9	1,678.6	1,803.1	Magasins de marchandises diverses	13
706.7	786.8	627.9	528.6	501.1	520.9	512.6	Autres magasins de produits semi-durables	14
556.2	572.8	510.3	422.4	401.2	408.6	472.7	Autres magasins de produits durables	15
998.7	1,025.7	916.8	830.4	734.7	775.0	801.5	Autres magasins de vente au détail	16
21,747.5	22,488.4	20,897.2	18,808.1	16,329.6	17,279.0	17,676.4	<b>Total, ensemble des magasins</b>	<b>17</b>
							<b>Régions</b>	
342.2	347.0	311.1	282.2	242.0	256.3	256.9	Terre-Neuve	18
96.9	93.9	81.0	74.6	64.2	69.1	68.8	Île-du-Prince-Édouard	19
668.4	668.2	632.5	557.1	498.3	528.7	551.0	Nouvelle-Écosse	20
534.7	536.5	502.1	442.6	371.8	399.0	403.9	Nouveau-Brunswick	21
4,991.9	5,378.2	5,056.5	4,466.0	3,858.2	3,642.0	4,034.2	Québec	22
8,256.2	8,482.7	7,749.0	6,922.3	6,015.6	6,488.5	6,701.3	Ontario	23
772.8	774.2	737.6	673.3	570.3	643.8	631.0	Manitoba	24
661.9	661.7	635.8	576.6	498.9	587.0	550.2	Saskatchewan	25
2,471.5	2,535.5	2,360.5	2,116.5	1,857.7	2,094.5	2,010.7	Alberta	26
2,877.2	2,938.8	2,758.9	2,630.4	2,297.3	2,510.8	2,407.4	Colombie-Britannique	27
30.5	27.5	24.5	23.3	18.8	21.8	20.4	Yukon	28
43.3	44.1	47.7	43.2	36.5	37.4	38.8	Territoires du Nord-Ouest	29



**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)**

	Sales Ventes				
	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	Year-to-date 1999 Cumulatif
	millions of dollars - millions de dollars				
<b>Regions</b>					
Newfoundland	75.0	172.0	140.1	115.8	75.0
Prince Edward Island	19.5	45.0	29.9	28.8	19.5
Nova Scotia	156.9	334.5	242.0	209.6	156.9
New Brunswick	115.7	249.3	185.1	165.4	115.7
Quebec	1,249.7	2,220.6	1,622.1	1,624.2	1,249.7
Ontario	2,230.8	4,473.9	3,118.9	2,834.6	2,230.8
Manitoba	171.0	359.6	249.0	230.9	171.0
Saskatchewan	167.1	317.5	224.9	217.1	167.1
Alberta	619.5	1,243.6	864.5	791.1	619.5
British Columbia	799.8	1,505.7	1,006.5	966.5	799.8
Yukon	4.1	8.6	5.8	6.7	4.1
Northwest Territories	19.6	29.7	22.4	23.5	19.6
<b>Total</b>	<b>5,628.7</b>	<b>10,959.9</b>	<b>7,711.2</b>	<b>7,214.1</b>	<b>5,628.7</b>

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)**

	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet
	millions of dollars - millions de dollars						
<b>Regions</b>							
Newfoundland	75.0	172.0	140.1	115.8	99.8	99.4	98.5
Prince Edward Island	19.5	45.0	29.9	28.8	27.4	32.9	32.0
Nova Scotia	156.9	334.5	242.0	209.6	189.0	198.1	189.3
New Brunswick	115.7	249.3	185.1	165.4	148.8	149.9	147.1
Quebec	1,249.7	2,220.6	1,622.1	1,624.2	1,569.2	1,547.5	1,568.6
Ontario	2,230.8	4,473.9	3,118.9	2,834.6	2,732.6	2,691.6	2,618.3
Manitoba	171.0	359.6	249.0	230.9	203.0	215.4	208.8
Saskatchewan	167.1	317.5	224.9	217.1	192.6	200.7	196.8
Alberta	619.5	1,243.6	864.5	791.1	746.6	784.6	740.1
British Columbia	799.8	1,505.7	1,006.5	966.5	943.1	934.2	933.7
Yukon	4.1	8.6	5.8	6.7	6.4	7.9	7.4
Northwest Territories	19.6	29.7	22.4	23.5	22.8	23.3	23.5
<b>Total</b>	<b>5,628.7</b>	<b>10,959.9</b>	<b>7,711.2</b>	<b>7,214.1</b>	<b>6,881.2</b>	<b>6,885.5</b>	<b>6,764.2</b>



**TABEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Régions
January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent - pourcentage					
3.1	1.2	6.3	7.0	3.1	Terre-Neuve
2.6	0.5	5.2	8.8	2.6	Île-du-Prince-Édouard
10.3	5.2	9.6	10.1	10.3	Nouvelle-Écosse
8.6	5.3	7.6	10.8	8.6	Nouveau-Brunswick
9.0	5.5	0.3	5.0	9.0	Québec
6.2	7.5	7.1	9.1	6.2	Ontario
1.7	1.4	3.4	5.5	1.7	Manitoba
-0.8	-2.4	-	2.2	-0.8	Saskatchewan
0.4	1.7	6.0	5.5	0.4	Alberta
1.7	-0.7	-0.2	-	1.7	Colombie-Britannique
-11.9	-7.8	2.6	14.6	-11.9	Yukon
2.3	-2.4	1.5	3.1	2.3	Territoires du Nord-Ouest
5.2	4.4	4.2	6.1	5.2	Total

**TABEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	February 1998 Février	January 1998 Janvier	Year 1999 Année	
millions of dollars - millions de dollars							
							Régions
94.1	94.0	87.8	82.1	71.1	72.7	75.0	Terre-Neuve
26.9	26.3	23.0	21.1	18.8	19.0	19.5	Île-du-Prince-Édouard
178.5	182.3	174.1	159.4	137.7	142.3	156.9	Nouvelle-Écosse
140.2	142.5	134.7	119.8	103.5	106.5	115.7	Nouveau-Brunswick
1,536.1	1,667.3	1,501.1	1,283.0	1,141.2	1,146.3	1,249.7	Québec
2,592.5	2,697.9	2,444.5	2,237.1	1,980.0	2,100.7	2,230.8	Ontario
203.4	209.6	203.9	191.7	156.8	168.1	171.0	Manitoba
195.5	200.0	193.6	175.9	152.7	168.5	167.1	Saskatchewan
739.0	755.4	718.3	662.6	576.9	616.9	619.5	Alberta
902.3	929.3	873.2	841.9	719.2	786.4	799.8	Colombie-Britannique
6.8	5.9	5.0	5.2	4.4	4.7	4.1	Yukon
20.9	22.9	22.7	22.7	18.9	19.2	19.6	Territoires du Nord-Ouest
6,636.1	6,933.5	6,381.9	5,802.5	5,081.2	5,351.3	5,628.7	Total



TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1992 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1992	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1997:					
January	106.4	16,393.6	9.2	15,349.6	6.4
February	107.4	15,575.0	3.1	14,450.2	0.1
March	108.0	17,614.8	3.2	16,254.1	0.6
April	108.3	19,750.8	10.9	18,179.4	8.5
May	108.0	21,649.4	9.2	19,971.8	7.3
June	107.8	20,611.2	6.8	19,044.3	5.0
July	107.1	20,667.8	10.6	19,228.0	8.6
August	107.0	20,157.9	5.5	18,779.7	3.4
September	107.0	19,649.0	10.2	18,293.2	8.3
October	107.4	20,600.0	8.8	19,116.4	7.2
November	107.1	20,142.7	2.4	18,754.0	1.5
December	106.2	24,465.5	10.7	22,962.2	9.3
Year	107.3	237,277.7	7.6	220,382.9	5.6
1998:					
January	107.0	17,279.0	5.4	16,086.2	4.8
February	107.1	16,329.6	4.8	15,191.8	5.1
March	108.0	18,808.1	6.8	17,357.6	6.8
April	108.3	20,897.2	5.8	19,294.2	6.1
May	108.8	22,488.4	3.9	20,676.1	3.5
June	108.7	21,747.5	5.5	19,999.3	5.0
July	107.7	21,783.2	5.4	20,222.0	5.2
August	107.1	20,579.4	2.1	19,221.5	2.4
September	107.3	20,733.5	5.5	19,316.1	5.6
October	107.3	21,126.5	2.6	19,695.1	3.0
November	107.4	20,762.5	3.1	19,337.2	3.1
December	105.8	24,946.0	2.0	23,582.4	2.7
Year	107.5	247,480.9	4.3	229,979.5	4.4
1999:					
January	107.5	17,674.4	2.3	16,434.3	2.2
February					
March					
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

1 Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1992 dollars <sup>1</sup>	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
1997:					
106.9	19,178.5	1.1	17,942.1	1.1	Janvier
107.2	19,427.4	1.3	18,125.2	1.0	Février
107.3	18,326.2	-0.5	18,018.6	-0.6	Mars
107.5	19,523.8	1.0	18,169.8	0.8	Avril
107.6	19,633.4	0.6	18,252.1	0.5	Mai
107.5	19,642.0	-	18,264.7	0.1	Juin
107.4	19,877.5	1.2	18,500.8	1.3	Juillet
107.7	19,902.9	0.1	18,484.3	-0.1	Août
107.9	19,975.0	0.4	18,520.0	0.2	Septembre
108.1	20,085.8	0.6	18,575.8	0.3	Octobre
107.9	19,956.0	-0.6	18,495.8	-0.4	Novembre
108.3	20,749.3	4.0	19,152.4	3.5	Décembre
107.6	237,277.7	...	220,501.4	...	Année
1998:					
107.5	20,136.9	-3.0	18,727.9	-2.2	Janvier
107.1	20,403.4	1.3	19,057.0	1.7	Février
107.3	20,438.5	0.2	19,047.1	-0.1	Mars
107.4	20,718.1	1.4	19,284.8	1.2	Avril
107.9	20,781.7	0.3	19,254.5	-0.2	Mai
107.7	20,442.8	-1.6	18,972.5	-1.5	Juin
107.5	20,745.0	1.5	19,300.4	1.7	Juillet
107.5	20,675.5	-0.3	19,226.2	-0.4	Août
107.9	20,939.1	1.3	19,398.6	0.9	Septembre
107.6	20,581.1	-1.7	19,132.0	-1.4	Octobre
107.6	20,854.6	1.3	19,380.4	1.3	Novembre
107.4	20,795.1	-0.3	19,354.8	-0.1	Décembre
107.5	247,511.8	...	230,136.2	...	Année
1999:					
107.6	21,158.8	-1.7	19,670.7	1.6	Janvier
					Février
					Mars
					Avril
					Mai
					Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

<sup>1</sup> La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Du à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.



**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).



**APPENDIX II****TRADE GROUP COVERAGE****D10 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores (except supermarkets)

**D20 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**D30 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

**D40 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**D50 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**D60 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**D70 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

**D80 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**D90 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

**D100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers**

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

**APPENDICE II****COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****D10 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**D20 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**D30 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**D40 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**D50 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**D60 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**D70 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

**D80 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**D90 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

**D100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir



**110 Gasoline Service Stations**  
6331 Gasoline service stations

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**  
6341 Home and auto supply stores  
6342 Tire, battery, parts and accessories stores  
6351 Garages (general repairs)  
6352 Paint and body repair shops  
6353 Muffler replacement shops  
6354 Motor vehicle glass replacement shops  
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops  
6359 Other motor vehicle repair shops  
6391 Car washes  
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**  
6411 Department stores  
6412 General stores  
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**  
6511 Book and stationery stores  
6521 Florist shops  
6522 Lawn and garden centres  
6531 Hardware stores  
6532 Paint, glass and wallpaper stores  
6581 Toy and hobby stores  
6582 Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**  
6541 Sporting goods stores  
6542 Bicycle shops  
6551 Musical instrument stores  
6552 Record and tape stores  
6561 Jewellery stores  
6562 Watch and jewellery repair shops  
6571 Camera and photographic supply stores

**160 Other Retail Stores**  
6021 Liquor stores  
6022 Wine stores  
6023 Beer stores  
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.  
6592 Opticians' shops  
6593 Art galleries and artists' supply stores  
6594 Luggage and leather goods stores  
6595 Monument and tombstone dealers  
6596 Pet stores  
6597 Coin and stamp dealers  
6598 Mobile home dealers  
6599 Other retail stores, n.e.c.

**110 Stations-service**  
6331 Stations-service

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**  
6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile  
6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires  
6351 Garages (réparations générales)  
6352 Ateliers de peinture et de carrosserie  
6353 Ateliers de remplacement de silencieux  
6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles  
6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles  
6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles  
6391 Lave-autos  
6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**  
6411 Magasins à rayons  
6412 Magasins généraux  
6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**  
6511 Librairies et papeteries  
6521 Fleuristes  
6522 Centres de jardinage  
6531 Quincailleries  
6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint  
6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir  
6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**  
6541 Magasins d'articles de sport  
6542 Magasins de bicyclettes  
6551 Magasins d'instruments de musique  
6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques  
6561 Bijouteries  
6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux  
6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Autres magasins de vente au détail**  
6021 Magasins de spiritueux  
6022 Magasins de vin  
6023 Magasins de bière  
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.  
6592 Opticiens  
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes  
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie  
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales  
6596 Magasins d'animaux de maison  
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres  
6598 Marchands de maisons mobiles  
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

**Statistics Canada**  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE

1 800 267-6677

Charge to VISA or MasterCard, Outside Canada and the U.S., and in the Ottawa area, call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



FAX

1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA, MasterCard and purchase orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

<p>▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.</p> <p>▶ Subscription will begin with the next issue to be released.</p> <p>▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.</p> <p>▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.</p> <p>▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.</p> <p>▶ GST Registration # R121491807</p>	SUBTOTAL	
	DISCOUNT (if applicable)	
	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)	
	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)	
	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)	
	GRAND TOTAL	
PF 097019		

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada







# Your guide to Canada's collection of facts and figures

From the most pressing topics of the day, like employment, income, trade and education, to specific research studies, like adult literacy in Canada or products shipped by Canadian manufacturers, you'll find the reference information on all these and more in the **Statistics Canada Catalogue 1997**.

You'll also find details on a wealth of print publications (and their alternative formats, where available) on Canada's changing business, social and economic conditions.

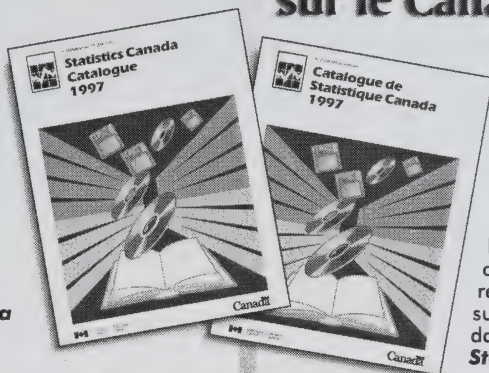
Whether you are a researcher, a policy-maker, a planner or a librarian, a regular user of the **Catalogue** or have never seen it before, you'll appreciate its flexibility and efficiency.

Designed to facilitate your research, the combined subject and title index will direct you to the right page in seconds.

Each listing includes the full title, the catalogue number, the language of the product, the price, a brief abstract of the content, and more. It's your one-stop shop for the full range of Statistics Canada's products.

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, it's been bound in a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

# Votre guide des faits et chiffres sur le Canada



Des sujets d'actualité, dont l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation, aux études de recherche sur des thèmes précis, comme l'alphabétisation des adultes au Canada ou les produits livrés par les fabricants canadiens, vous trouverez des renseignements de référence sur tout cela et bien davantage dans le **Catalogue de Statistique Canada 1997**.

Vous trouverez également des renseignements concernant une foule de publications imprimées (et leur support de substitution, s'il y a lieu) sur l'évolution de la conjoncture économique et de la condition sociale du Canada.

Que vous soyez chercheur, décideur, planificateur ou bibliothécaire, utilisateur régulier du **Catalogue** ou que vous ne l'ayez jamais consulté, vous apprécierez sa souplesse et son efficacité.

Conçu pour faciliter vos recherches, l'index des sujets et des titres vous donnera, en quelques secondes, le numéro de la page où se trouvent vos renseignements.

Chaque publication inscrite est accompagnée du titre complet, du numéro au catalogue, de la langue du produit, du prix, d'un court résumé du contenu et plus encore. Le **Catalogue** constitue votre guichet unique pour la série complète des produits et services de Statistique Canada.

Et pour faire en sorte que le **Catalogue** résiste à une utilisation fréquente, sa couverture spéciale vise à prévenir les dos brisés, les côtés déchirés et les coins pliés.

## ORDER YOUR OWN COPY TODAY!

The **Statistics Canada Catalogue 1997** (Catalogue No. 11-204-XPE) is available in Canada for \$16 (plus either GST and applicable PST, or 15% HST), and for US\$16 outside Canada. **CALL** toll-free 1 800 267-6677, **FAX** toll-free 1 800 889-9734 or **MAIL** your order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6. You may also order via the Internet at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact the nearest Statistics Canada reference centre listed in this publication.

## COMMANDEZ VOTRE EXEMPLAIRE DÈS AUJOURD'HUI!

Le **Catalogue de Statistique Canada 1997** (n° 11-204-XPE au catalogue) est vendu au Canada au coût de 16 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur, ou 15 % de TVH), et de 16 \$ US à l'extérieur du Canada. **COMPOSEZ** sans frais le 1 800 267-6677, **TELECOPIEZ** sans frais au 1 800 889-9734 ou **ENVOYEZ** votre commande à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada K1A 0T6. Vous pouvez également commander via l'Internet à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



# Perspectives on Labour and Income

## Crucial to leading decision makers

**T**he current emphasis on information resonates loudly in the workplace. **Perspectives on Labour and Income** meets your need for accurate, timely and comprehensive information. The bottom line? You get vital data and analysis on the workplace and related issues facing contemporary Canada!

### Your springboard to success

Each analytical article in this quarterly journal has clear charts, tables and summaries.

**Perspectives** reveals the latest labour and demographic statistics – essential to

- ▶ determine how attitudes toward retirement influence investment decisions
- ▶ evaluate the effect of wage trends on union bargaining
- ▶ forecast the effect of employment on the demand for goods and services or social programs
- ▶ compare your organization within your industry
- ▶ develop labour market studies
- ▶ ... and much more!

# L'emploi et le revenu en perspective

## Un outil essentiel pour les décideurs

**D**e nos jours, on attache beaucoup d'importance à

l'information en milieu de travail. La revue **L'emploi et le revenu en perspective** répond à vos besoins pour des renseignements qui sont à la fois précis, actuels et complets. Vous disposerez alors de données essentielles et d'analyses sur le milieu du travail et sur d'autres défis auxquels le Canada est confronté!

### Le tremplin à votre succès

Les articles analytiques de cette revue trimestrielle comportent des graphiques, des tableaux et des sommaires conçus de façon à présenter clairement les statistiques sur le

marché du travail et les statistiques démographiques qui sont essentielles pour :

- ▶ déterminer dans quelle mesure les attitudes à l'égard de la retraite influent sur les décisions en matière de placements
- ▶ évaluer l'effet des tendances salariales sur les négociations syndicales
- ▶ faire des prévisions relatives à l'incidence de l'emploi sur la demande de biens et de services ou sur les programmes sociaux
- ▶ comparer votre organisation à votre branche d'activité dans son ensemble
- ▶ effectuer des études sur le marché du travail
- ▶ ... et bien plus encore!

### One easy decision: Subscribe today!

When you invest in this Statistics Canada journal, you're investing in your future. **Perspectives on Labour and Income** (cat. no. 75-001-XPE) costs \$58 in Canada (plus applicable taxes) and US\$58 outside Canada.

To subscribe:

CALL toll free 1 800 267-6677 FAX 1 800 889-9734

WRITE to Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 Canada.

Order via E-MAIL at **order@statcan.ca**

Or **CONTACT** your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

### Une décision facile à prendre : c'est de vous abonner dès maintenant!

En investissant dans cette revue de Statistique Canada, vous investissez aussi dans votre avenir. **L'emploi et le revenu en perspective** (n° 75-001-XPF au catalogue) se vend 58 \$ au Canada (taxes en sus) et 58 \$ US à l'extérieur du Canada.

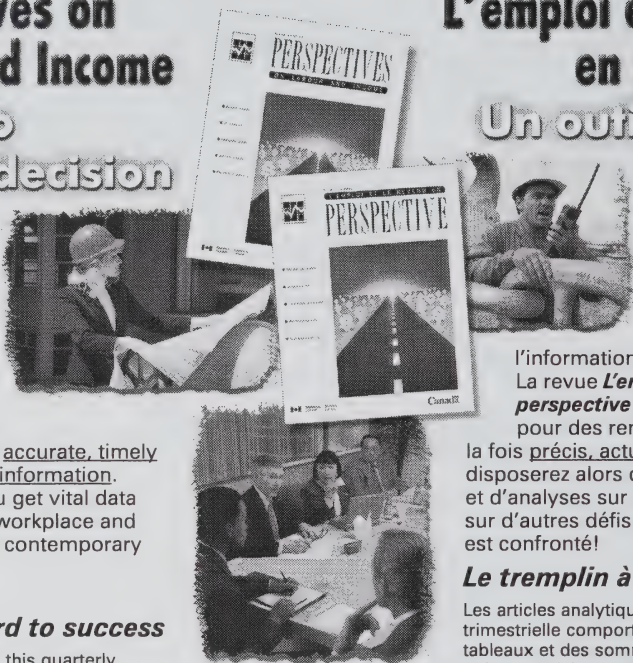
Pour vous abonner :

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677 TÉLÉCOPIEZ au 1 800 889-9734

ÉCRIVEZ à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 Canada.

Commandez par COURRIEL à **order@statcan.ca**

Ou **COMMUNIQUEZ** avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication.





Catalogue no. 63-005-XPB

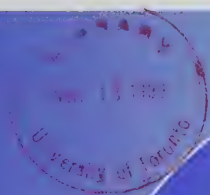
N° 63-005-XPB au catalogue

# Retail Trade

February 1999

# Commerce de détail

Février 1999



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided **for all users who reside outside the local dialing area** of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguée et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à **tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

February 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Février 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

April 1999

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 2  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 2  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Avril 1999

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 2  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 2  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

Highlights	v
Charts	viii
For Further Reading	x

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	28
10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1998 Revised Historical Estimates)	30
11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1998 Revised Historical Estimates)	36

## Appendix

I. Definitions	43
II. Trade Group Coverage	44
III. Reliability of Data	48
IV. Seasonal Adjustment	52
V. Trade Group Coverage	54

## TABLE DES MATIÈRES

Faits saillants	v
Graphiques	viii
Lectures suggérées	x

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	28
10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1998)	30
11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1998)	36

## Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	44
III. Fiabilité des données	48
IV. Désaisonnalisation	52
V. Couverture des groupes de commerce	54



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro d' février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

In February, consumers reduced their spending in stores after a strong spree in January. Retail sales were down 0.4 % in February following a 2.0 % increase in January. Total spending in retail stores amounted to \$21.0 billion in February, with retail sales 3.8 % higher than in February 1998.

Overall, retail sales have picked up since the fall of 1998, with sales rising 2.4 % since October. Prior to the period of stagnation in the spring and summer of 1998, retail sales had generally been increasing since the beginning of 1996.

General merchandise stores (-2.6 %) and stores classified as "other retail" (-1.7 %) posted the largest sales declines in February. Sales advanced 0.6 % in both clothing and drug stores. Food stores (-0.3 %), furniture stores (-0.1 %) and stores in the automotive sector (+0.2 %) all posted marginal changes in sales from the previous month.

### Lower sales in general merchandise stores

In February, consumers reduced spending in general merchandise stores after two months of strong increases in January 1999 (+5.2 %) and December 1998 (+1.2 %). Sales were down in both department stores (-2.8 %) and other general merchandise stores (-2.3 %). Before December, sales in general merchandise stores had remained essentially flat for most of 1998, following more than two years of increasing sales.

Declining sales in stores classified as "other retail" followed a strong month in January. February's decline was concentrated in stores of "other durable" goods (-3.0 %) and "other semi-durable" goods (-2.9 %). These two types of stores encompass a wide variety of merchants (e.g. sporting goods, jewellery, music, hardware and book stores). Diminishing sales in the "other retail" sector came mostly from sporting goods, music and book stores. Overall, sales in "other retail" stores have generally been increasing during the last two years.

### Second consecutive monthly gain for clothing stores and drug stores

Consumers increased spending in February for a second consecutive month in clothing stores and drug stores. The 0.6 % rise in sales, for both clothing stores and drug stores, followed increases of 1.7 % and 3.0 % respectively in January. Despite rising sales in the last two months, retail sales in clothing stores

## Faits saillants

En février, les consommateurs ont réduit leurs achats dans les magasins après les avoir augmentés de façon considérable en janvier. Les ventes au détail ont enregistré un recul de 0,4 % en février, à la suite d'une augmentation de 2,0 % en janvier. Les ventes totales dans les magasins de détail se sont établies à 21,0 milliards de dollars en février. Les ventes au détail étaient supérieures de 3,8 % en février par rapport au même mois de 1998.

Dans l'ensemble, les ventes au détail ont repris depuis l'automne de 1998. Depuis octobre 1998, elles ont augmenté de 2,4 %. Avant la période de stagnation du printemps et de l'été de 1998, les ventes au détail avaient généralement augmenté, et ce, depuis le début de 1996.

Les magasins de marchandises diverses (-2,6 %) et les magasins de vente au détail appartenant à la catégorie «autres» (-1,7 %) ont enregistré les plus fortes diminutions des ventes en février. Les ventes étaient en hausse de 0,6 % dans les magasins de vêtements et les pharmacies. Les magasins d'alimentation (-0,3 %), les magasins de meubles (-0,1 %) et les détaillants dans le secteur de l'automobile (+0,2 %) ont tous enregistré de faibles variations de leurs ventes par rapport au mois précédent.

### Diminution des ventes des magasins de marchandises diverses

En février, les consommateurs ont réduit leurs dépenses dans les magasins de marchandises diverses après deux mois de fortes augmentations en janvier 1999 (+5,2 %) et en décembre 1998 (+1,2 %). Les ventes étaient en baisse dans les grands magasins (-2,8 %) et dans les autres magasins de marchandises diverses (-2,3 %). Avant décembre, les ventes des magasins de marchandises diverses sont demeurées pratiquement stables pendant la plus grande partie de 1998. Auparavant, les détaillants de marchandises diverses avaient profité de plus de deux années d'augmentation de leurs ventes.

La diminution des ventes en février des magasins de vente au détail appartenant à la catégorie «autres» survient après une forte progression en janvier. La baisse s'est concentrée dans les magasins des catégories «autres biens durables» (-3,0 %) et «autres biens semi-durables» (-2,9 %). Ces deux types de magasins englobent un grand éventail de marchands (articles de sport, quincaillerie, musique, librairies, bijouteries, etc.). La diminution des ventes dans le secteur des magasins de la catégorie «autres» est principalement attribuable à la chute des ventes des magasins d'articles de sport, de musique et des librairies. Dans l'ensemble, les ventes des magasins de détail appartenant à la catégorie «autres» ont été en hausse au cours des deux dernières années.

### Deuxième hausse consécutive des ventes des magasins de vêtements et des pharmacies

En février, les consommateurs ont dépensé davantage pour un deuxième mois d'affilée dans les magasins de vêtements et les pharmacies. L'augmentation de 0,6 % des ventes, tant pour les magasins de vêtements que pour les pharmacies, fait suite à des augmentations de 1,7 % et de 3,0 % respectivement en janvier.



have remained flat since the spring of 1998 after more than two years of general increases. Before January, sales in drug stores had generally been declining since the spring of 1998 after a year of strong advances.

### Auto sales back in high gear

Rising sales in February by motor and recreational vehicle dealers (+1.3%) pushed up total sales in the auto sector (+0.2%) for a fourth consecutive month. These gains were mostly due to advances by motor and recreational vehicle dealers, whose sales have risen 6.8% since October 1998. The auto sector showed increasing sales in the last few months after a period of stagnation during most of 1998. Prior to 1998, sales in the auto sector rose rapidly from mid-1996 to early 1997 and advanced very slowly for the rest of 1997.

Food store sales declined 0.3% in February. While sales retreated (-0.4%) in supermarkets and grocery stores, sales by other food stores increased 1.0%. Sales by food stores have remained flat since the spring of 1998 after two years of general increases.

Sales in furniture stores remained essentially unchanged in February (-0.1%) after four consecutive monthly gains. Retailers in the furniture sector have enjoyed increasing sales since the spring of 1996.

### Weak sales across provinces

All provinces posted diminishing retail sales in February with the exception of a marginal 0.2% increase in New Brunswick and unchanged sales in Ontario. Retailers in Saskatchewan (-2.2%), Prince Edward Island (-1.9%) and British Columbia (-1.5%) had the largest decreases in sales. February's decline in British Columbia was spread across all sectors. Lower sales in the auto sector were most responsible for the weaker retail sales in Saskatchewan and Prince Edward Island.

Retail sales in Atlantic Canada have picked up in the last few months following a pause during most of 1998. Before 1998, retailers in Atlantic Canada had enjoyed increasing sales since the spring of 1995. Retailers in Quebec have also registered increasing sales since the spring of 1995 but with a pause in the summer of 1997.

While sales weakened in most provinces during 1998, retailers in Ontario kept reporting increases. Retail sales in Ontario have generally been increasing since mid-1996. Sales in the Prairie provinces had generally been flat since the end of 1997 after a period of increasing sales which started at the beginning of

Malgré la hausse des ventes au cours des deux derniers mois, les ventes au détail dans les magasins de vêtements sont demeurées ternes depuis le printemps de 1998, après plus de deux années d'augmentations générales. Avant janvier, les ventes dans les pharmacies avaient été de façon générale en baisse, et ce depuis le printemps de 1998, après avoir enregistré une année de fortes hausses.

### Le secteur de l'automobile de retour en force

En février, l'augmentation des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+1,3 %) a entraîné à la hausse les ventes totales du secteur de l'automobile (+0,2 %) pour un quatrième mois consécutif. La progression du secteur de l'automobile au cours des quatre derniers mois est principalement attribuable aux augmentations enregistrées chez les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, dont les ventes ont augmenté de 6,8 % depuis octobre 1998. Le secteur de l'automobile a affiché une augmentation de ses ventes au cours des derniers mois après une période de stagnation qui a duré pendant la plus grande partie de 1998. Avant 1998, les ventes du secteur de l'automobile avaient augmenté rapidement du milieu de 1996 jusqu'au début de 1997 et avaient progressé très lentement pendant le reste de l'année 1997.

En février, les ventes des magasins d'alimentation ont enregistré un recul de 0,3 %. Malgré une diminution des ventes (-0,4 %) des supermarchés et des épiceries, les ventes des autres magasins d'alimentation ont augmenté de 1,0 %. Les ventes du secteur de l'alimentation demeurent stagnantes depuis le printemps de 1998, après deux années d'augmentations générales.

En ce qui concerne les magasins de meubles, les ventes sont demeurées pratiquement les mêmes en février (-0,1 %) par rapport à janvier, après quatre augmentations mensuelles consécutives. Les détaillants du secteur de l'ameublement enregistrent une augmentation de leurs ventes depuis le printemps de 1996.

### Faiblesse des ventes dans l'ensemble des provinces

Toutes les provinces ont affiché une diminution des ventes au détail en février, à l'exception d'une faible augmentation de 0,2 % au Nouveau-Brunswick et de ventes inchangées en Ontario. Les détaillants de la Saskatchewan (-2,2 %), de l'Île-du-Prince-Édouard (-1,9 %) et de la Colombie-Britannique (-1,5 %) ont enregistré les plus fortes diminutions. En Colombie-Britannique, la baisse des ventes au détail a frappé l'ensemble des secteurs. Pour ce qui est de la Saskatchewan et de l'Île-du-Prince-Édouard, des ventes moins importantes dans le secteur de l'automobile étaient la principale raison de la faiblesse des ventes au détail.

Dans les provinces de l'Atlantique, les ventes au détail ont repris au cours des derniers mois, à la suite d'une pause qui a duré pendant la majeure partie de 1998. Avant 1998, les détaillants des provinces de l'Atlantique avaient enregistré une augmentation de leurs ventes, et ce, depuis le printemps de 1995. Pour ce qui est des détaillants du Québec, ils ont également enregistré une augmentation de leurs ventes depuis le printemps de 1995, à l'exception d'une pause au cours de l'été de 1997.

Bien que les ventes aient ralenti dans la plupart des provinces en 1998, les détaillants de l'Ontario ont continué de signaler une augmentation de leurs ventes. En fait, les ventes au détail en Ontario ont été généralement en hausse depuis le milieu de 1996. Dans les provinces des Prairies, les ventes ont généralement été calmes depuis



1996. February's decline in retail sales in British Columbia followed three consecutive monthly gains. Prior to these advances, the province's retailers had generally been posting diminishing sales since the fall of 1997.

#### **Related indicators**

Employment edged down 0.2% in March following a marginal increase in February. The decline in employment came entirely from losses in part-time jobs. March's decline followed eight consecutive monthly increases. Sources in the automotive industry indicated a rise in the number of new motor vehicles sold in March. The number of housing starts increased for a second consecutive month in March (+2.7%).

la fin de 1997, après une période d'augmentation qui remontait au début de 1996. La diminution des ventes au détail en février en Colombie-Britannique fait suite à trois mois consécutifs de croissance. Avant ces hausses, les détaillants de la Colombie-Britannique avaient de façon générale affiché une diminution de leurs ventes, et ce, à partir de l'automne de 1997.

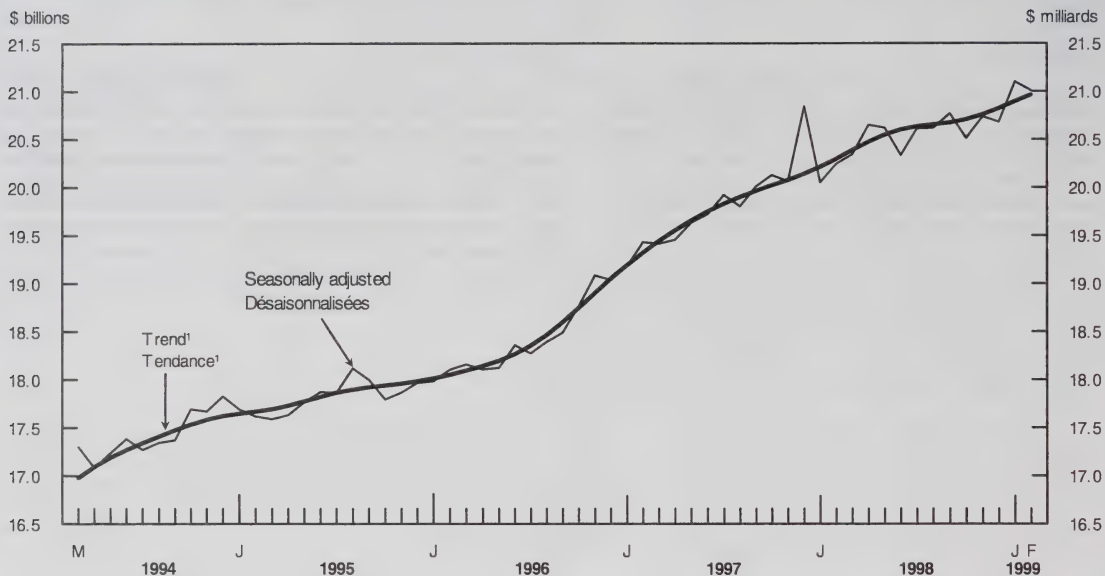
#### **Indicateurs connexes**

L'emploi a affiché un léger recul de 0,2 % en mars, après une hausse minime en février. La diminution de l'emploi est entièrement attribuable aux pertes d'emplois à temps partiel. La diminution observée en mars fait suite à huit augmentations mensuelles consécutives. Des sources du secteur de l'automobile ont indiqué une hausse du nombre de véhicules neufs vendus en mars. Le nombre de mises en chantier de logements a progressé pour un deuxième mois d'affilée en mars (+2,7 %).



## Retail Sales – Canada

## Canada Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



## **ERRATA**

### **Retail Trade**

#### **Catalogue No. 63-005-XPB**

#### **February 1999**

Table 3 – Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Page 16

Yukon and Northwest Territories

The quarterly estimates for “Total, all stores” have been revised.

Please replace the Yukon and Northwest Territories portion of Table 3 with the information shown on the reverse side of this sheet.

## **ERRATA**

### **Commerce de détail**

#### **No 63-005-XPB au catalogue**

#### **Février 1999**

Tableau 3 – Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)

Page 16

Yukon et Territoires du Nord-Ouest

Les estimations trimestrielles pour “Total, ensemble des magasins” ont été révisées.

S’il vous plaît remplacez la portion du Yukon et Territoires du Nord-Ouest du Tableau 3 par celle qui apparaît au verso de la présente feuille.

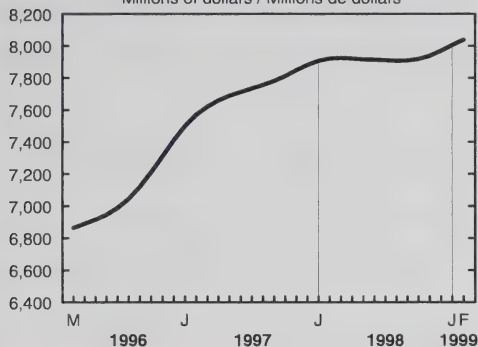
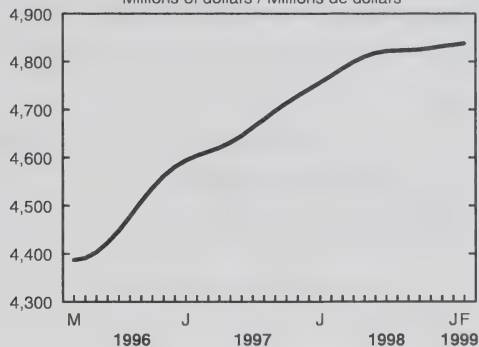
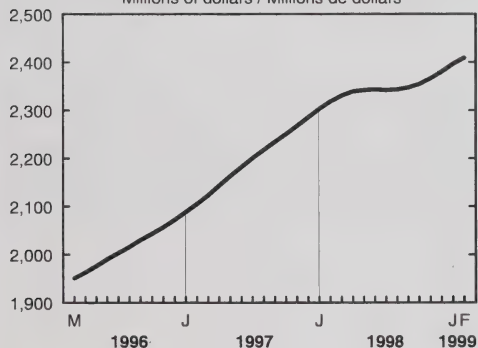
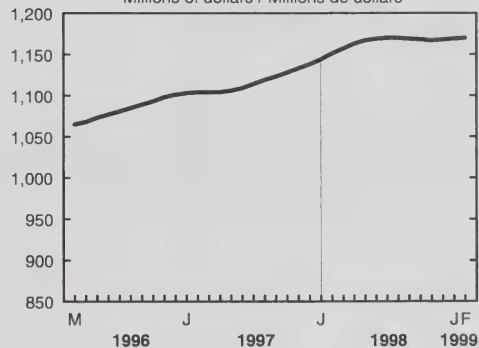
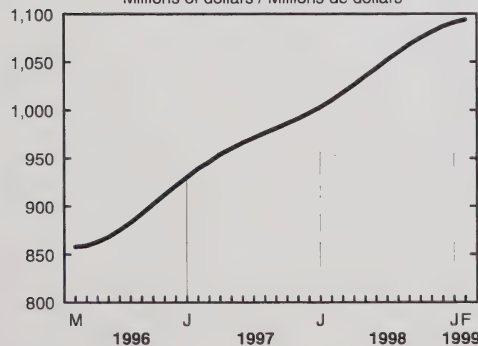
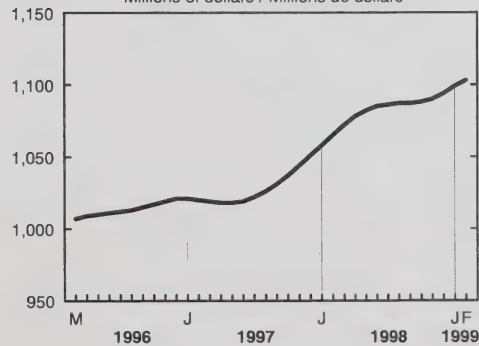


Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,921.7	1,961.9	1,934.3	1,809.7	2,029.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	469.0	407.1	416.0	394.2	484.5
Shoe stores	51.8	50.0	49.8	38.6	51.8
Men's clothing stores	65.1	41.8	42.9	37.2	69.4
Women's clothing stores	154.8	133.2	136.3	105.9	164.5
Other clothing stores	259.3	202.9	171.7	149.7	250.2
Household furniture and appliance stores	446.3	363.6	325.5	310.5	447.1
Household furnishings stores	117.8	100.0	95.0	88.7	124.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,730.4	2,060.8	2,246.8	1,799.1	1,869.3
Gasoline service stations	529.5	638.2	647.6	590.1	610.3
Automotive parts, accessories and services	428.3	418.2	434.2	365.0	415.4
General merchandise stores	1,220.7	905.6	896.8	749.1	1,222.4
Other semi-durable goods stores	342.4	289.4	291.3	214.8	344.5
Other durable goods stores	337.2	297.2	262.4	227.7	333.3
Other retail stores	467.7	448.4	422.6	365.1	464.2
<b>Total, all stores</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>	<b>8,517.6</b>	<b>7,375.4</b>	<b>9,022.4</b>
<b>Yukon and Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	49.5	51.8	50.5	45.3	49.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.5	1.2	1.3	0.9	1.8
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	5.1	4.5	3.8	3.8	5.8
Household furnishings stores	0.8	0.9	0.8	0.9	1.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	29.3	35.9	38.2	30.2	30.8
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	60.5	56.0	52.4	48.9	61.2
Other semi-durable goods stores	7.6	7.9	7.2	4.9	8.6
Other durable goods stores	6.5	6.4	5.6	3.6	5.8
Other retail stores	10.3	12.1	12.9	8.7	10.3
<b>Total, all stores</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>	<b>213.2</b>	<b>179.6</b>	<b>211.1</b>



**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Médicaments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XPB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



**Statistical  
Table**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	February 1999 Février	January 1999 Janvier
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
Trade Group - Canada							
Supermarkets and grocery stores	4,474.6	4,492.1	4,456.4	4,489.0	8,966.7	-0.4	0.8
All other food stores	362.2	358.6	358.7	357.2	720.8	1.0	--
Drugs and patent medicine stores	1,108.6	1,102.5	1,069.9	1,079.6	2,211.1	0.6	3.0
Shoe stores	135.4	138.8	139.1	133.7	274.2	-2.4	-0.2
Men's clothing stores	128.6	126.1	128.9	133.4	254.7	2.0	-2.2
Women's clothing stores	373.9	374.6	361.6	372.6	748.5	-0.2	3.6
Other clothing stores	536.9	528.4	518.2	542.0	1,065.3	1.6	2.0
Household furniture and appliance stores	890.1	891.3	882.0	866.9	1,781.4	-0.1	1.1
Household furnishings stores	205.1	205.1	207.4	219.0	410.2	-	-1.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,605.7	5,532.1	5,453.5	5,429.7	11,137.8	1.3	1.4
Gasoline service stations	1,270.6	1,277.6	1,271.0	1,273.5	2,548.2	-0.5	0.5
Automotive parts, accessories and services	1,197.1	1,250.2	1,224.3	1,218.1	2,447.3	-4.2	2.1
General merchandise stores	2,427.5	2,491.3	2,368.6	2,341.2	4,918.8	-2.6	5.2
Other semi-durable goods stores	685.3	706.1	687.3	711.7	1,391.4	-2.9	2.7
Other durable goods stores	597.6	616.4	566.8	571.5	1,214.0	-3.0	8.8
Other retail stores	1,009.0	1,008.5	986.2	995.9	2,017.5	--	2.3
Total, all stores	21,008.1	21,099.5	20,679.7	20,734.9	42,107.6	-0.4	2.0
Regions							
Newfoundland	332.1	332.8	322.1	333.6	664.9	-0.2	3.3
Prince Edward Island	87.2	88.9	85.9	86.2	176.1	-1.9	3.5
Nova Scotia	652.5	654.8	650.2	646.1	1,307.3	-0.4	0.7
New Brunswick	508.9	507.9	493.1	496.0	1,016.8	0.2	3.0
Quebec	4,950.5	4,961.3	4,815.7	4,834.1	9,911.8	-0.2	3.0
Ontario	7,944.2	7,944.7	7,767.7	7,835.7	15,888.9	--	2.3
Manitoba	747.0	750.9	736.8	735.1	1,497.9	-0.5	1.9
Saskatchewan	620.8	634.5	629.2	626.6	1,255.3	-2.2	0.8
Alberta	2,358.5	2,375.0	2,357.0	2,347.0	4,733.5	-0.7	0.8
British Columbia	2,734.9	2,777.3	2,752.2	2,725.1	5,512.2	-1.5	0.9
Yukon	27.8	26.2	26.3	26.2	54.0	6.1	-0.4
Northwest Territories	43.6	45.3	43.6	43.3	88.9	-3.8	3.9



Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
December 1998	November 1998	February 1999	January 1999	December 1998	November 1998	Year-to-date 1999
Décembre	Novembre	Février	Janvier	Décembre	Novembre	Cumulatif
Per cent - Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
-0.7	0.8	2.1	2.2	1.2	3.7	2.1
0.4	-2.4	0.3	-0.4	-	-1.1	--
-0.9	-0.4	3.8	4.3	1.8	3.7	4.1
4.0	-1.0	-6.7	0.1	2.7	-1.4	-3.3
-3.4	1.5	-3.7	-6.2	-1.2	3.6	-5.0
-3.0	2.9	0.5	3.1	-0.5	2.8	1.8
-4.4	0.3	3.9	5.5	2.6	11.4	4.7
1.7	1.2	9.6	11.4	9.1	8.5	10.4
-5.3	6.3	2.9	5.1	--	15.4	4.0
0.4	3.5	7.4	6.3	-8.8	0.6	6.8
-0.2	-1.2	-4.7	-4.5	-7.0	-8.4	-4.6
0.5	-0.4	2.9	8.6	8.6	16.3	5.8
1.2	-0.4	4.3	9.4	4.7	3.0	6.8
-3.4	0.7	0.6	5.6	0.5	6.5	3.1
-0.8	-0.7	4.6	18.0	4.5	8.3	11.0
-1.0	1.1	5.8	6.8	6.8	7.9	6.3
<b>-0.3</b>	<b>1.1</b>	<b>3.8</b>	<b>5.2</b>	<b>-0.8</b>	<b>3.3</b>	<b>4.5</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
-3.4	1.3	3.5	3.8	-1.6	6.4	3.6
-0.3	0.7	0.3	3.5	-3.4	3.7	1.9
0.6	0.8	2.5	4.3	1.9	7.3	3.4
-0.6	2.0	6.5	3.3	-2.0	3.2	4.8
-0.4	1.2	1.4	15.3	0.5	4.5	7.9
-0.9	1.2	7.3	5.6	1.0	5.9	6.4
0.2	1.2	6.0	1.4	-1.7	1.9	3.7
0.4	0.2	-0.5	-4.8	-6.2	-0.9	-2.7
0.4	1.3	2.7	-0.9	-2.4	1.6	0.9
1.0	0.2	-0.3	-1.7	-5.0	-3.5	-1.0
0.4	1.9	9.9	-1.5	-4.7	2.3	4.0
0.7	2.4	2.1	4.9	-1.8	1.6	3.5



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,961.5	4,478.8	4,739.8	4,180.4	8,440.3
All other food stores	317.4	321.8	443.2	339.7	639.2
Drugs and patent medicine stores	1,015.6	1,063.5	1,342.0	1,055.7	2,079.1
Shoe stores	80.6	108.4	176.8	150.5	189.0
Men's clothing stores	80.0	99.1	262.2	158.5	179.1
Women's clothing stores	251.9	274.3	583.8	394.6	526.2
Other clothing stores	352.8	387.0	892.5	607.1	739.8
Household furniture and appliance stores	690.5	743.7	1,306.5	944.1	1,434.2
Household furnishings stores	159.6	158.4	264.0	237.1	318.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,533.3	4,192.9	4,732.2	4,926.3	8,726.2
Gasoline service stations	1,101.7	1,183.5	1,261.3	1,254.1	2,285.2
Automotive parts, accessories and services	898.5	1,043.0	1,349.6	1,317.5	1,941.5
General merchandise stores	1,734.0	1,815.7	3,953.3	2,863.6	3,549.7
Other semi-durable goods stores	481.6	513.0	1,073.3	749.8	994.6
Other durable goods stores	420.7	477.6	1,069.7	559.6	898.3
Other retail stores	774.5	800.3	1,365.8	934.7	1,574.8
<b>Total, all stores</b>	<b>16,854.3</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>	<b>34,515.5</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	255.1	262.5	394.5	343.2	517.6
Prince Edward Island	64.5	69.3	102.9	84.0	133.8
Nova Scotia	517.4	538.5	788.4	654.7	1,055.9
New Brunswick	396.7	403.2	590.6	499.4	799.9
Quebec	3,897.4	4,071.6	5,432.2	4,712.7	7,969.0
Ontario	6,402.1	6,645.6	9,604.9	7,943.4	13,047.7
Manitoba	600.3	635.2	898.4	736.1	1,235.5
Saskatchewan	498.8	551.0	759.7	633.4	1,049.8
Alberta	1,893.7	2,014.7	2,873.0	2,351.7	3,908.4
British Columbia	2,270.9	2,410.6	3,293.2	2,651.0	4,681.5
Yukon	20.5	20.4	28.2	23.4	40.9
Northwest Territories	37.0	38.6	50.2	40.6	75.6



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
1.8	-0.6	4.3	-0.9	0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.3	-0.2	1.3	-3.2	--	Tous les autres magasins d'alimentation
4.0	3.3	1.9	4.1	3.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.1	--	3.8	-5.4	-2.7	Magasins de chaussures
-3.6	-9.7	0.9	0.5	-7.1	Magasins de vêtements pour hommes
1.2	3.8	0.1	-0.3	2.5	Magasins de vêtements pour femmes
4.3	4.3	3.7	9.7	4.3	Autres magasins de vêtements
9.4	8.4	9.5	7.9	8.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.2	2.8	-0.2	15.4	3.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.3	3.4	-8.2	2.5	5.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-4.9	-5.8	-7.4	-7.5	-5.4	Stations-service
2.7	5.7	9.1	15.2	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	8.0	4.9	1.8	6.5	Magasins de marchandises diverses
0.6	4.0	0.6	5.9	2.4	Autres magasins de produits semi-durables
5.4	17.9	5.8	7.8	11.7	Autres magasins de produits durables
6.1	5.0	7.7	4.9	5.5	Autres magasins de vente au détail
<b>3.8</b>	<b>2.7</b>	<b>1.3</b>	<b>2.5</b>	<b>3.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
3.5	0.8	1.0	5.1	2.1	Terre-Neuve
0.2	0.3	-0.7	3.1	0.2	Île-du-Prince-Édouard
2.6	0.7	3.6	7.1	1.6	Nouvelle-Écosse
6.5	0.7	--	1.9	3.5	Nouveau-Brunswick
1.5	11.7	3.6	2.8	6.5	Québec
7.3	3.4	2.9	5.2	5.3	Ontario
5.8	-1.0	--	0.9	2.2	Manitoba
-0.6	-6.3	-4.5	-2.2	-3.7	Saskatchewan
2.8	-3.0	-1.0	1.5	-0.3	Alberta
-0.5	-3.2	-3.3	-4.0	-1.9	Colombie-Britannique
10.2	-4.7	-5.4	3.1	2.3	Yukon
1.9	3.8	0.4	0.7	2.9	Territoires du Nord Ouest



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	13,584.3	13,696.0	13,542.7	12,523.2	13,215.4
All other food stores	1,149.8	1,090.5	1,112.4	965.5	1,140.6
Drugs and patent medicine stores	3,495.8	3,202.6	3,206.4	3,039.4	3,392.7
Shoe stores	481.6	426.4	462.2	300.1	496.5
Men's clothing stores	560.5	347.6	383.4	290.2	552.4
Women's clothing stores	1,360.3	1,094.6	1,130.6	820.0	1,360.0
Other clothing stores	2,088.0	1,622.6	1,414.4	1,134.0	1,942.5
Household furniture and appliance stores	3,154.8	2,602.2	2,306.6	2,043.7	2,893.4
Household furnishings stores	719.6	627.0	590.8	491.4	670.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14,844.9	16,607.8	19,329.4	13,676.0	15,395.9
Gasoline service stations	3,855.8	4,164.4	4,015.1	3,671.7	4,192.4
Automotive parts, accessories and services	3,935.6	3,668.0	3,853.8	2,878.4	3,563.6
General merchandise stores	9,323.8	6,689.9	6,654.1	5,288.3	8,946.5
Other semi-durable goods stores	2,509.3	2,113.4	2,115.0	1,479.7	2,430.6
Other durable goods stores	2,151.1	1,742.1	1,632.5	1,224.7	2,005.4
Other retail stores	3,308.2	3,135.1	2,919.1	2,312.6	3,083.2
<b>Total, all stores</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>	<b>64,668.5</b>	<b>52,139.0</b>	<b>65,281.6</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	279.1	280.1	277.0	252.7	266.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	66.2	55.3	57.8	57.0	67.7
Shoe stores	4.6	3.7	3.7	2.4	4.8
Men's clothing stores	7.9	4.2	4.8	2.8	5.9
Women's clothing stores	21.4	13.3	12.6	8.6	21.1
Other clothing stores	24.7	16.3	12.3	8.8	24.7
Household furniture and appliance stores	43.7	29.7	23.5	18.6	35.5
Household furnishings stores	2.8	2.2	2.0	1.5	3.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	178.3	241.8	290.4	175.2	176.6
Gasoline service stations	76.1	82.4	75.9	68.8	76.8
Automotive parts, accessories and services	61.7	51.1	49.3	36.7	52.8
General merchandise stores	210.0	136.4	127.3	102.3	200.6
Other semi-durable goods stores	28.5	22.4	20.2	13.0	30.0
Other durable goods stores	17.5	12.1	9.5	6.5	16.3
Other retail stores	43.3	38.8	36.1	28.5	40.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>	<b>1,012.7</b>	<b>792.4</b>	<b>1,035.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
2.8	2.7	4.6	3.0	4.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.8	0.3	3.8	-2.9	-4.4	Tous les autres magasins d'alimentation
3.0	6.0	7.9	4.3	2.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.0	0.6	4.9	3.8	-2.4	Magasins de chaussures
1.5	-0.5	-1.3	3.9	1.5	Magasins de vêtements pour hommes
--	-0.3	3.8	3.9	0.7	Magasins de vêtements pour femmes
7.5	9.1	6.7	5.5	6.0	Autres magasins de vêtements
9.0	8.8	7.7	8.7	9.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.3	6.6	1.8	6.6	9.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-3.6	5.3	2.5	7.3	14.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-8.0	-5.5	-4.3	-5.7	-0.8	Stations-service
10.4	0.9	4.7	4.7	4.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.2	6.0	8.0	11.0	9.9	Magasins de marchandises diverses
3.2	-0.6	-1.1	-0.9	6.1	Autres magasins de produits semi-durables
7.3	11.3	16.0	18.8	14.6	Autres magasins de produits durables
7.3	5.7	8.1	7.8	9.4	Autres magasins de vente au détail
<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>5.0</b>	<b>7.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
4.6	-2.1	2.9	2.9	-5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.2	-5.8	1.4	-0.2	-	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.2	-	-2.6	-11.1	-30.4	Magasins de chaussures
33.9	55.6	45.5	64.7	-	Magasins de vêtements pour hommes
1.4	-0.7	-	4.9	-5.8	Magasins de vêtements pour femmes
-	2.5	1.7	-12.0	13.3	Autres magasins de vêtements
23.1	9.2	-6.4	-7.0	6.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-12.5	-	-9.1	-11.8	10.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.0	5.2	3.0	9.8	17.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-0.9	-0.4	-4.0	-8.9	1.5	Stations-service
16.9	3.4	-1.6	6.4	-0.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.7	6.7	9.0	17.2	8.9	Magasins de marchandises diverses
-5.0	-14.5	-16.5	-8.5	9.5	Autres magasins de produits semi-durables
7.4	2.5	-2.1	3.2	1.2	Autres magasins de produits durables
6.1	2.9	7.1	10.0	41.2	Autres magasins de vente au détail
<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>4.6</b>	<b>4.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	64.9	70.8	63.5	57.2	61.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	19.6	18.4	17.7	16.9	19.0
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	9.7	8.8	5.1	3.9	9.1
Household furniture and appliance stores	8.8	6.4	6.2	5.6	8.0
Household furnishings store	4.6	4.9	4.0	2.4	3.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	44.6	56.0	70.1	42.5	46.5
Gasoline service stations	24.3	31.8	27.1	24.7	32.2
Automotive parts, accessories and services	19.1	18.2	18.8	11.5	15.1
General merchandise stores	31.6	22.7	21.4	16.8	33.4
Other semi-durable goods stores	12.5	17.5	11.9	7.3	12.3
Other durable goods stores	6.1	5.5	3.9	2.6	5.4
Other retail stores	13.5	16.2	12.1	8.3	11.4
<b>Total, all stores</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>	<b>272.5</b>	<b>206.4</b>	<b>270.4</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	487.5	494.1	469.1	444.9	470.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	139.9	130.0	126.4	126.8	137.7
Shoe stores	7.8	6.9	7.2	4.7	8.2
Men's clothing stores	8.1	4.4	4.9	3.7	7.8
Women's clothing stores	44.7	32.4	29.0	20.0	38.9
Other clothing stores	55.4	38.3	28.7	23.1	50.4
Household furniture and appliance stores	68.5	51.4	43.6	40.6	61.2
Household furnishings store	15.2	10.3	8.8	7.8	11.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	431.1	495.2	601.8	418.6	429.9
Gasoline service stations	132.6	146.5	131.1	118.9	125.6
Automotive parts, accessories and services	124.4	110.0	113.2	79.2	112.9
General merchandise stores	311.5	198.3	190.1	149.8	291.5
Other semi-durable goods stores	79.0	68.8	66.0	42.1	71.1
Other durable goods stores	57.4	42.4	38.0	26.5	51.3
Other retail stores	113.0	112.7	99.1	75.9	106.4
<b>Total, all stores</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>	<b>1,981.1</b>	<b>1,601.6</b>	<b>1,997.9</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
**(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV	
Per cent - Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
5.4	9.6	7.8	8.5	1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.2	5.7	3.5	-2.3	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
6.6	20.5	10.9	14.7	35.8	Autres magasins de vêtements
10.0	16.4	24.0	40.0	23.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
43.8	104.2	66.7	41.2	60.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
-4.1	-2.4	10.0	13.3	12.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-24.5	-18.7	-9.1	-1.2	21.5	Stations-service
26.5	14.5	13.3	7.5	-0.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-5.4	-6.2	2.9	14.3	6.0	Magasins de marchandises diverses
1.6	1.2	-12.5	-26.3	-26.8	Autres magasins de produits semi-durables
13.0	19.6	14.7	8.3	-1.8	Autres magasins de produits durables
18.4	14.9	11.0	-3.5	2.7	Autres magasins de vente au détail
<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>6.1</b>	<b>6.5</b>	<b>6.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
3.5	-5.4	-0.5	-0.2	-4.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.6	8.2	10.9	8.0	0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.9	-4.2	1.4	-13.0	-21.2	Magasins de chaussures
3.8	2.3	2.1	-2.6	-18.8	Magasins de vêtements pour hommes
14.9	17.0	14.6	0.5	-8.5	Magasins de vêtements pour femmes
9.9	16.1	11.2	2.7	3.7	Autres magasins de vêtements
11.9	14.5	13.5	23.4	21.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
34.5	14.4	17.3	18.2	-0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.3	-3.8	-0.6	11.0	7.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
5.6	14.7	15.0	0.5	-19.0	Stations-service
10.2	-8.0	9.9	5.6	16.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.9	8.4	12.8	8.6	0.9	Magasins de marchandises diverses
11.1	18.6	13.8	4.2	14.5	Autres magasins de produits semi-durables
11.9	18.4	23.4	6.4	8.5	Autres magasins de produits durables
6.2	8.4	3.1	-5.7	-0.4	Autres magasins de vente au détail
<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>4.9</b>	<b>5.2</b>	<b>1.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	392.0	389.0	376.0	345.2	366.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	91.5	82.3	80.7	78.2	88.0
Shoe stores	7.4	6.0	5.7	3.6	6.8
Men's clothing stores	11.4	6.3	5.9	4.3	9.5
Women's clothing stores	28.6	20.1	19.6	13.4	27.8
Other clothing stores	44.2	32.7	25.6	19.5	40.1
Household furniture and appliance stores	58.1	42.2	38.4	32.6	52.3
Household furnishings stores	14.6	12.9	11.7	8.4	13.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	300.6	402.7	504.7	311.0	365.7
Gasoline service stations	114.0	127.3	111.8	109.8	121.9
Automotive parts, accessories and services	108.4	97.3	102.5	68.2	88.1
General merchandise stores	246.3	165.2	159.2	123.3	235.4
Other semi-durable goods stores	56.1	47.6	47.1	27.5	50.4
Other durable goods stores	38.1	26.8	23.7	16.9	34.5
Other retail stores	71.8	73.6	63.2	44.5	58.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>	<b>1,591.7</b>	<b>1,218.2</b>	<b>1,580.5</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,506.8	3,498.5	3,423.3	3,203.3	3,304.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	730.6	716.1	730.4	697.8	750.4
Shoe stores	170.0	141.5	163.4	90.5	176.4
Men's clothing stores	120.9	78.0	93.8	60.5	114.7
Women's clothing stores	356.6	307.6	332.6	229.5	385.4
Other clothing stores	492.7	434.1	405.7	282.2	451.2
Household furniture and appliance stores	802.1	708.5	634.7	482.2	731.0
Household furnishings stores	135.8	125.8	127.2	84.5	124.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,526.2	3,976.1	4,675.6	3,100.2	3,480.8
Gasoline service stations	757.9	783.0	746.5	717.9	846.5
Automotive parts, accessories and services	978.2	870.5	980.6	737.8	938.7
General merchandise stores	1,741.5	1,322.1	1,357.3	1,050.5	1,682.8
Other semi-durable goods stores	477.7	479.3	495.9	327.0	458.2
Other durable goods stores	427.4	352.7	344.4	239.3	394.2
Other retail stores	513.6	446.0	473.9	329.1	451.8
<b>Total, all stores</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>	<b>15,334.7</b>	<b>11,932.3</b>	<b>14,633.3</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV	
Per cent - Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
6.9	4.8	4.4	3.3	3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.0	12.6	0.7	-3.9	-4.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
8.8	-1.6	3.6	-10.0	-22.7	Magasins de chaussures
20.0	14.5	7.3	16.2	3.3	Magasins de vêtements pour hommes
2.9	-3.8	-5.8	-12.4	-13.9	Magasins de vêtements pour femmes
10.2	19.8	14.8	-	20.8	Autres magasins de vêtements
11.1	12.5	4.1	-	1.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.6	-2.3	0.9	-	-7.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
-17.8	6.5	5.9	25.7	19.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-6.5	0.5	15.6	24.8	30.7	Stations-service
23.0	12.6	16.5	10.5	-5.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	7.1	10.1	9.0	0.2	Magasins de marchandises diverses
11.3	6.0	8.0	-6.8	-1.9	Autres magasins de produits semi-durables
10.4	13.6	25.4	15.0	10.6	Autres magasins de produits durables
22.1	20.7	20.6	7.2	-5.6	Autres magasins de vente au détail
<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>7.8</b>	<b>10.1</b>	<b>6.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
6.1	3.6	0.6	0.9	3.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.6	3.6	11.8	3.4	-6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.6	-2.5	1.7	3.1	1.0	Magasins de chaussures
5.4	2.0	-6.8	-5.2	-10.8	Magasins de vêtements pour hommes
-7.5	-5.4	9.2	6.6	6.1	Magasins de vêtements pour femmes
9.2	9.7	6.5	-5.7	-8.2	Autres magasins de vêtements
9.7	9.5	5.2	0.5	7.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.3	5.2	3.4	-1.6	-7.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.3	0.9	-2.6	6.0	9.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-10.5	-9.4	-14.4	-18.8	-15.2	Stations-service
4.2	-3.5	2.9	12.1	8.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.5	6.9	9.3	10.5	9.7	Magasins de marchandises diverses
4.3	-5.0	-1.4	5.8	5.8	Autres magasins de produits semi-durables
8.4	13.6	20.3	12.5	19.8	Autres magasins de produits durables
13.7	-0.4	8.3	7.2	4.0	Autres magasins de vente au détail
<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>1.2</b>	<b>2.5</b>	<b>3.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,279.8	4,351.2	4,400.3	4,046.0	4,221.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,450.5	1,330.3	1,311.6	1,211.3	1,312.2
Shoe stores	179.1	162.2	173.9	118.2	187.6
Men's clothing stores	240.4	149.0	159.9	120.9	235.8
Women's clothing stores	555.3	426.5	441.1	322.9	526.1
Other clothing stores	827.5	580.2	500.4	434.3	747.9
Household furniture and appliance stores	1,121.1	937.5	819.5	752.3	988.2
Household furnishings stores	307.5	261.9	236.3	209.9	270.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,738.6	6,249.6	7,367.5	5,079.6	5,754.6
Gasoline service stations	1,491.6	1,548.4	1,498.4	1,343.1	1,597.7
Automotive parts, accessories and services	1,507.1	1,410.7	1,472.1	1,063.0	1,302.2
General merchandise stores	3,744.1	2,609.3	2,590.2	2,031.9	3,535.3
Other semi-durable goods stores	1,120.1	890.1	875.3	618.7	1,064.4
Other durable goods stores	881.9	688.3	644.7	475.2	803.7
Other retail stores	1,460.5	1,413.9	1,260.2	1,023.1	1,357.3
<b>Total, all stores</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>	<b>24,226.1</b>	<b>19,264.5</b>	<b>24,403.7</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	536.7	535.1	534.4	496.2	511.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	76.1	69.4	67.8	67.5	76.3
Shoe stores	15.5	12.5	12.8	9.0	13.9
Men's clothing stores	17.0	9.3	11.3	7.8	16.2
Women's clothing stores	34.4	27.2	27.4	20.1	33.3
Other clothing stores	67.3	48.3	43.4	35.9	65.8
Household furniture and appliance stores	103.2	80.2	71.5	68.8	92.4
Household furnishings stores	14.5	13.2	12.7	10.6	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	631.4	671.8	746.4	568.2	684.4
Gasoline service stations	144.4	156.3	151.9	132.8	148.7
Automotive parts, accessories and services	123.1	118.0	119.7	87.6	114.6
General merchandise stores	372.8	263.9	267.0	213.1	362.6
Other semi-durable goods stores	74.6	48.7	50.1	39.2	76.6
Other durable goods stores	61.7	52.2	54.6	39.3	61.7
Other retail stores	103.8	90.6	87.1	67.8	98.8
<b>Total, all stores</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>	<b>2,276.9</b>	<b>1,881.5</b>	<b>2,390.9</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Ontario</b>
1.4	4.9	7.6	5.8	7.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
10.5	15.1	17.5	10.4	5.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.5	1.1	5.8	4.3	-1.2	Magasins de chaussures
2.0	-1.3	0.6	2.8	1.2	Magasins de vêtements pour hommes
5.6	3.6	0.9	3.9	-4.0	Magasins de vêtements pour femmes
10.6	11.1	9.5	16.5	12.3	Autres magasins de vêtements
13.4	13.7	11.8	17.6	10.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.7	12.2	4.0	17.0	18.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.3	12.7	11.8	13.9	18.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-6.6	-6.2	-5.9	-9.1	1.3	Stations-service
15.7	4.6	6.2	1.4	-0.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.9	6.6	8.4	10.9	10.5	Magasins de marchandises diverses
5.2	4.5	1.4	0.4	10.0	Autres magasins de produits semi-durables
9.7	13.2	15.6	25.2	14.3	Autres magasins de produits durables
7.6	7.7	9.8	9.9	10.5	Autres magasins de vente au détail
<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>8.3</b>	<b>8.3</b>	<b>9.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Manitoba</b>
5.0	3.5	-1.1	-2.6	-3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.3	3.6	2.1	-6.4	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
11.5	12.6	10.3	7.1	-19.7	Magasins de chaussures
4.9	-5.1	-2.6	4.0	5.9	Magasins de vêtements pour hommes
3.3	2.6	1.1	1.5	-5.1	Magasins de vêtements pour femmes
2.3	4.3	4.6	-3.5	5.8	Autres magasins de vêtements
11.7	6.2	8.3	9.4	6.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-6.5	-9.6	-	5.0	-0.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
-7.7	2.2	4.0	9.9	25.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-2.9	-0.4	0.2	-1.2	--	Stations-service
7.4	-0.9	--	-2.0	-3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	4.9	5.4	7.2	9.5	Magasins de marchandises diverses
-2.6	-10.6	-6.0	-9.7	5.2	Autres magasins de produits semi-durables
-	8.8	12.8	18.7	17.3	Autres magasins de produits durables
5.1	7.3	6.7	7.4	7.2	Autres magasins de vente au détail
<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>3.1</b>	<b>7.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	473.0	484.8	478.0	429.5	464.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	106.1	98.3	96.9	96.9	105.5
Shoe stores	6.5	5.8	7.2	5.4	7.0
Men's clothing stores	13.0	8.1	9.1	7.2	13.4
Women's clothing stores	30.6	24.1	24.7	19.9	33.9
Other clothing stores	55.7	41.8	37.9	27.9	52.9
Household furniture and appliance stores	81.6	59.5	53.1	53.9	83.8
Household furnishings stores	20.6	19.5	18.5	15.5	22.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	462.6	490.3	542.8	443.8	548.4
Gasoline service stations	137.8	151.5	141.8	125.9	140.1
Automotive parts, accessories and services	139.6	142.8	126.5	103.6	124.5
General merchandise stores	325.8	240.9	238.5	195.5	319.2
Other semi-durable goods stores	57.0	43.6	49.6	37.9	66.8
Other durable goods stores	61.3	46.3	45.3	33.4	57.8
Other retail stores	75.4	71.4	67.2	52.7	76.3
<b>Total, all stores</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>	<b>1,952.2</b>	<b>1,662.2</b>	<b>2,134.8</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,593.4	1,578.7	1,536.3	1,393.4	1,468.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	338.7	288.3	294.1	286.1	345.0
Shoe stores	37.1	35.9	36.8	26.5	38.1
Men's clothing stores	72.3	43.6	49.0	44.4	75.7
Women's clothing stores	126.9	104.3	102.2	76.5	122.1
Other clothing stores	247.6	215.6	180.4	146.2	246.6
Household furniture and appliance stores	416.2	318.5	286.9	274.8	388.0
Household furnishings stores	85.6	75.5	73.7	61.3	81.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,771.9	1,927.7	2,245.2	1,707.7	2,008.8
Gasoline service stations	435.7	484.5	470.1	428.4	482.1
Automotive parts, accessories and services	433.2	417.3	423.1	316.6	387.2
General merchandise stores	1,059.1	769.5	754.0	607.2	1,002.0
Other semi-durable goods stores	253.8	198.2	200.5	147.4	247.8
Other durable goods stores	256.1	212.2	200.5	153.8	241.4
Other retail stores	435.2	411.5	384.8	309.0	407.0
<b>Total, all stores</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>	<b>7,289.7</b>	<b>6,025.0</b>	<b>7,601.2</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
1.9	4.5	9.4	8.3	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.6	2.0	6.1	29.0	41.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.1	-10.8	-4.0	-	-32.7	Magasins de chaussures
-3.0	-3.6	-5.2	-	-21.2	Magasins de vêtements pour hommes
-9.7	-9.7	-13.3	-2.0	-3.4	Magasins de vêtements pour femmes
5.3	10.9	9.9	1.1	1.9	Autres magasins de vêtements
-2.6	5.7	6.8	21.7	39.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-8.4	-6.3	-4.6	4.0	8.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
-15.6	-5.4	-9.8	-2.9	3.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-1.6	-0.4	-3.5	2.9	-2.0	Stations-service
12.1	7.1	-9.1	2.9	20.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.1	5.7	6.5	13.9	11.7	Magasins de marchandises diverses
-14.7	-3.5	-5.7	-16.5	-2.3	Autres magasins de produits semi-durables
6.1	4.5	-0.4	9.5	8.2	Autres magasins de produits durables
-1.2	0.1	-3.6	0.4	11.5	Autres magasins de vente au détail
<b>-3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>-1.2</b>	<b>4.8</b>	<b>7.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
8.5	9.6	9.7	3.9	3.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.8	-4.5	-9.8	-4.3	0.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.6	12.5	22.3	14.2	2.4	Magasins de chaussures
-4.5	1.6	9.1	21.6	30.7	Magasins de vêtements pour hommes
3.9	3.4	6.2	7.7	9.9	Magasins de vêtements pour femmes
0.4	7.2	6.2	8.5	11.2	Autres magasins de vêtements
7.3	8.0	15.9	21.4	15.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.9	10.1	1.2	-1.1	7.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-11.8	6.6	-2.2	6.1	22.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-9.6	-7.0	-1.5	1.3	10.7	Stations-service
11.9	1.4	8.9	5.9	11.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.7	9.4	13.9	20.5	17.2	Magasins de marchandises diverses
2.4	-1.6	2.3	4.7	6.6	Autres magasins de produits semi-durables
6.1	11.0	20.1	12.9	4.6	Autres magasins de produits durables
6.9	7.3	8.2	9.4	19.7	Autres magasins de vente au détail
<b>0.2</b>	<b>5.7</b>	<b>4.6</b>	<b>7.2</b>	<b>13.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,921.7	1,961.9	1,934.3	1,809.7	2,029.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	469.0	407.1	416.0	394.2	484.5
Shoe stores	51.8	50.0	49.8	38.6	51.8
Men's clothing stores	65.1	41.8	42.9	37.2	69.4
Women's clothing stores	154.8	133.2	136.3	105.9	164.5
Other clothing stores	259.3	202.9	171.7	149.7	250.2
Household furniture and appliance stores	446.3	363.6	325.5	310.5	447.1
Household furnishings stores	117.8	100.0	95.0	88.7	124.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,730.4	2,060.8	2,246.8	1,799.1	1,869.3
Gasoline service stations	529.5	638.2	647.6	590.1	610.3
Automotive parts, accessories and services	428.3	418.2	434.2	365.0	415.4
General merchandise stores	1,220.7	905.6	896.8	749.1	1,222.4
Other semi-durable goods stores	342.4	289.4	291.3	214.8	344.5
Other durable goods stores	337.2	297.2	262.4	227.7	333.3
Other retail stores	467.7	448.4	422.6	365.1	464.2
<b>Total, all stores</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>	<b>8,517.6</b>	<b>7,375.4</b>	<b>9,022.4</b>
<b>Yukon and Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	49.5	51.8	50.5	45.3	49.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.5	1.2	1.3	0.9	1.8
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	5.1	4.5	3.8	3.8	5.8
Household furnishings stores	0.8	0.9	0.8	0.9	1.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	29.3	35.9	38.2	30.2	30.8
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	60.5	56.0	52.4	48.9	61.2
Other semi-durable goods stores	7.6	7.9	7.2	4.9	8.6
Other durable goods stores	6.5	6.4	5.6	3.6	5.8
Other retail stores	10.3	12.1	12.9	8.7	10.3
<b>Total, all stores</b>	<b>212.6</b>	<b>221.2</b>	<b>217.6</b>	<b>181.0</b>	<b>211.1</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV	
Per cent - Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
-5.3	-6.1	3.6	0.7	6.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.2	-6.1	-5.9	-5.2	7.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	0.4	3.1	1.8	1.6	Magasins de chaussures
-6.2	-8.7	-9.3	1.9	6.0	Magasins de vêtements pour hommes
-5.9	-4.4	3.4	--	6.3	Magasins de vêtements pour femmes
3.6	2.2	-1.8	2.7	10.3	Autres magasins de vêtements
-0.2	-2.5	-1.8	-7.1	0.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-5.2	-3.2	-5.8	-0.9	18.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
-7.4	-0.9	-5.6	-6.5	3.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-13.2	-5.0	3.5	10.4	8.6	Stations-service
3.1	-4.0	3.0	0.7	1.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-0.1	0.7	1.6	5.5	7.3	Magasins de marchandises diverses
-0.6	-7.4	-10.2	-9.9	-2.2	Autres magasins de produits semi-durables
1.2	5.4	12.4	22.0	21.2	Autres magasins de produits durables
0.8	2.1	4.2	5.5	6.6	Autres magasins de vente au détail
<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>-0.7</b>	<b>-0.9</b>	<b>5.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon et Territoires du Nord-Ouest</b>					
-	-1.3	0.4	10.2	10.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-16.7	-7.7	-7.1	-18.2	-	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
-12.1	-4.3	-17.4	11.8	7.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-20.0	12.5	-	12.5	-23.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-4.9	-3.0	-14.0	-7.9	15.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-1.1	2.9	-6.1	5.2	9.7	Magasins de marchandises diverses
-11.6	-10.2	-1.4	-14.0	7.5	Autres magasins de produits semi-durables
12.1	18.5	-3.4	-	16.0	Autres magasins de produits durables
-	7.1	27.7	13.0	-1.0	Autres magasins de vente au détail
<b>0.7</b>	<b>2.8</b>	<b>--</b>	<b>4.5</b>	<b>8.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	24.1	26.6	24.5	21.9	24.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	13.1	16.0	16.5	12.3	13.5
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.8	4.5	3.4	2.4	4.4
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>	<b>81.8</b>	<b>63.1</b>	<b>77.8</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	25.4	25.3	26.1	23.4	24.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	1.9	1.6	1.6	1.3	1.7
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16.2	19.8	21.7	17.9	17.3
Gasoline service stations	5.5	4.8	4.5	5.6	4.3
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.8	3.4	3.9	2.6	4.2
Other durable goods stores	2.8	2.4	2.7	1.7	2.7
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>133.2</b>	<b>129.9</b>	<b>131.5</b>	<b>116.4</b>	<b>133.3</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	Quarter IV 1997 Trimestre IV	
Per cent - Pourcentage					
<b>Yukon</b>					
-3.2	1.5	-3.2	1.9	7.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
-3.0	1.3	-23.6	-	15.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-13.6	-6.3	-10.5	-7.7	10.0	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
-0.8	5.0	-3.8	2.4	5.1	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Territoires du Nord Ouest</b>					
2.8	-3.8	4.4	19.4	14.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
11.8	-	-5.9	-	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
-6.4	-6.6	-4.8	-13.1	15.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.9	29.7	18.4	7.7	-12.2	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-9.5	-12.8	8.3	-13.3	5.0	Autres magasins de produits semi-durables
3.7	20.0	-6.9	-5.6	50.0	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
--	-	-1.0	4.3	9.7	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.6	95.9	96.4	95.0
All other food stores	88.9	89.4	93.9	92.8
Drugs and patent medicine stores	85.7	87.4	88.9	88.5
Shoe stores	92.4	94.2	94.7	94.7
Men's clothing stores	92.3	94.0	94.5	94.5
Women's clothing stores	93.0	93.7	95.3	95.0
Other clothing stores	89.2	95.9	96.5	94.5
Household furniture and appliance stores	93.3	94.7	94.9	96.2
Household furnishings stores	87.3	87.7	95.2	91.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.6	95.3	96.5	96.4
Gasoline service stations	92.3	93.6	95.1	94.6
Automotive parts, accessories and services	91.5	93.1	95.8	94.8
General merchandise stores	98.8	99.0	99.5	99.4
Other semi-durable goods stores	92.5	93.4	95.5	93.4
Other durable goods stores	89.9	93.0	92.8	93.8
Other retail stores	92.8	94.1	96.7	96.1
<b>Total, all stores</b>	<b>93.0</b>	<b>94.7</b>	<b>96.0</b>	<b>95.5</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	97.3	97.3	97.8	97.2
Prince Edward Island	92.7	93.0	94.5	93.7
Nova Scotia	95.8	96.4	97.2	96.6
New Brunswick	91.2	92.1	95.8	94.3
Quebec	91.5	93.4	95.9	95.7
Ontario	92.7	95.0	95.8	95.0
Manitoba	93.7	94.7	96.2	96.1
Saskatchewan	92.9	92.8	94.7	94.5
Alberta	94.5	95.4	96.6	96.1
British Columbia	94.6	95.7	96.5	96.0
Yukon	88.1	89.6	91.6	89.6
Northwest Territories	91.3	96.9	97.5	97.9



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				
February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.2	1.2	1.2	1.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
4.7	4.9	5.1	4.7	Tous les autres magasins d'alimentation
2.1	2.0	1.9	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.7	2.4	2.1	2.0	Magasins de chaussures
3.0	3.7	2.9	2.8	Magasins de vêtements pour hommes
2.7	2.0	1.9	2.2	Magasins de vêtements pour femmes
2.4	2.3	2.3	1.8	Autres magasins de vêtements
2.7	2.6	2.8	2.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.6	3.4	3.2	3.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.3	3.0	3.1	3.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.3	2.3	2.2	2.3	Stations-service
2.7	2.5	2.2	2.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.9	0.8	0.5	0.5	Magasins de marchandises diverses
3.3	3.5	3.1	3.5	Autres magasins de produits semi-durables
3.0	3.6	3.1	3.2	Autres magasins de produits durables
1.8	1.7	1.4	1.8	Autres magasins de vente au détail
1.0	0.9	0.7	0.9	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
2.2	2.3	1.9	1.7	Terre-Neuve
1.4	1.5	1.2	1.5	Île-du-Prince-Édouard
6.2	3.8	3.0	3.5	Nouvelle-Écosse
2.6	2.4	1.7	2.0	Nouveau-Brunswick
2.7	2.2	2.1	2.3	Québec
1.8	1.6	1.3	1.6	Ontario
2.1	2.1	1.8	2.0	Manitoba
1.9	2.0	1.6	1.7	Saskatchewan
1.8	2.1	1.8	2.0	Alberta
1.4	1.4	1.2	1.3	Colombie-Britannique
0.4	0.5	0.3	0.4	Yukon
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,474.6	4,492.1	4,456.4	4,489.0	4,454.7	4,465.5	4,435.4
All other food stores	362.2	358.6	358.7	357.2	366.0	357.1	359.6
Drugs and patent medicine stores	1,108.6	1,102.5	1,069.9	1,079.6	1,084.4	1,078.0	1,090.8
Shoe stores	135.4	138.8	139.1	133.7	135.1	134.9	138.0
Men's clothing stores	128.6	126.1	128.9	133.4	131.4	132.8	133.8
Women's clothing stores	373.9	374.6	361.6	372.6	362.1	363.7	364.8
Other clothing stores	536.9	528.4	518.2	542.0	540.3	534.6	535.2
Household furniture and appliance stores	890.1	891.3	882.0	866.9	856.5	849.6	863.9
Household furnishings stores	205.1	205.1	207.4	219.0	206.1	203.4	204.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,605.7	5,532.1	5,453.5	5,429.7	5,246.4	5,564.1	5,462.6
Gasoline service stations	1,270.6	1,277.6	1,271.0	1,273.5	1,289.2	1,291.8	1,303.7
Automotive parts, accessories and services	1,197.1	1,250.2	1,224.3	1,218.1	1,222.4	1,201.6	1,189.4
General merchandise stores	2,427.5	2,491.3	2,368.6	2,341.2	2,349.6	2,342.7	2,318.5
Other semi-durable goods stores	685.3	706.1	687.3	711.7	706.6	693.6	680.1
Other durable goods stores	597.6	616.4	566.8	571.5	575.3	571.1	562.5
Other retail stores	1,009.0	1,008.5	986.2	995.9	985.1	985.0	973.8
<b>Total, all stores</b>	<b>21,008.1</b>	<b>21,099.5</b>	<b>20,679.7</b>	<b>20,734.9</b>	<b>20,511.1</b>	<b>20,769.5</b>	<b>20,616.1</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	332.1	332.8	322.1	333.6	329.4	331.3	317.4
Prince Edward Island	87.2	88.9	85.9	86.2	85.6	87.6	88.0
Nova Scotia	652.5	654.8	650.2	646.1	641.0	639.0	640.2
New Brunswick	508.9	507.9	493.1	496.0	486.1	497.7	497.4
Quebec	4,950.5	4,961.3	4,815.7	4,834.1	4,775.3	4,782.1	4,768.2
Ontario	7,944.2	7,944.7	7,767.7	7,835.7	7,739.0	7,823.5	7,788.5
Manitoba	747.0	750.9	736.8	735.1	726.3	752.2	730.1
Saskatchewan	620.8	634.5	629.2	626.6	625.4	651.9	638.9
Alberta	2,358.5	2,375.0	2,357.0	2,347.0	2,316.3	2,408.2	2,342.6
British Columbia	2,734.9	2,777.3	2,752.2	2,725.1	2,718.6	2,727.0	2,736.3
Yukon	27.8	26.2	26.3	26.2	25.7	26.3	26.7
Northwest Territories	43.6	45.3	43.6	43.3	42.3	42.7	41.8



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	February 1998 Février	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,479.5	4,463.5	4,459.6	4,444.0	4,418.4	4,383.1	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
362.2	359.3	360.2	359.4	357.3	361.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,095.5	1,083.3	1,092.3	1,076.8	1,069.0	1,068.1	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
138.4	133.4	148.7	144.4	140.9	145.1	Magasins de chaussures
130.6	127.1	130.8	132.7	132.2	133.6	Magasins de vêtements pour hommes
366.5	353.3	372.5	377.0	376.1	372.2	Magasins de vêtements pour femmes
531.3	508.7	515.1	507.0	509.3	516.5	Autres magasins de vêtements
871.3	844.9	837.8	805.5	816.0	812.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
199.4	199.1	195.4	199.8	200.8	199.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,374.2	5,356.5	5,426.0	5,464.2	5,256.8	5,221.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,310.3	1,297.9	1,329.4	1,336.0	1,332.6	1,333.2	Stations-service
1,200.0	1,171.6	1,199.1	1,222.1	1,173.4	1,163.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,337.0	2,249.2	2,334.4	2,357.4	2,351.0	2,328.4	Magasins de marchandises diverses
681.1	664.2	684.9	681.9	676.3	681.2	Autres magasins de produits semi-durables
568.1	561.1	563.1	561.7	555.4	571.5	Autres magasins de produits durables
965.7	960.0	970.4	980.5	975.2	953.4	Autres magasins de vente au détail
<b>20,611.1</b>	<b>20,333.0</b>	<b>20,619.8</b>	<b>20,650.3</b>	<b>20,340.8</b>	<b>20,243.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
323.6	326.0	323.6	317.6	317.4	320.8	Terre-Neuve
88.8	88.2	87.7	87.1	85.9	86.9	Île-du-Prince-Édouard
641.6	630.8	634.5	633.7	626.4	636.6	Nouvelle-Écosse
502.2	499.6	504.1	510.4	501.6	478.0	Nouveau-Brunswick
4,766.3	4,642.3	4,727.4	4,798.1	4,830.2	4,881.9	Québec
7,726.7	7,674.8	7,810.4	7,730.2	7,553.0	7,404.0	Ontario
728.7	728.7	722.8	737.1	728.7	704.9	Manitoba
634.3	624.7	629.9	636.7	633.6	623.7	Saskatchewan
2,357.6	2,310.4	2,340.6	2,330.0	2,262.7	2,295.8	Alberta
2,773.0	2,741.6	2,771.9	2,801.1	2,730.8	2,742.7	Colombie-Britannique
26.2	25.6	25.2	25.3	26.1	25.3	Yukon
42.1	40.3	41.6	43.0	44.5	42.7	Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	3,961.5	4,478.8	4,739.8	4,180.4	4,664.1	4,382.8	4,504.8
All other food stores	317.4	321.8	443.2	339.7	366.9	345.6	359.2
Drugs and patent medicine stores	1,015.6	1,063.5	1,342.0	1,055.7	1,098.1	1,051.8	1,063.0
Shoe stores	80.6	108.4	176.8	150.5	154.4	148.2	147.9
Men's clothing stores	80.0	99.1	262.2	158.5	139.8	122.3	112.1
Women's clothing stores	251.9	274.3	583.8	394.6	381.8	387.7	348.5
Other clothing stores	352.8	387.0	892.5	607.1	588.3	565.3	582.9
Household furniture and appliance stores	690.5	743.7	1,306.5	944.1	904.1	883.0	860.9
Household furnishings stores	159.6	158.4	264.0	237.1	218.5	210.8	209.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,533.3	4,192.9	4,732.2	4,926.3	5,186.3	5,580.8	5,206.4
Gasoline service stations	1,101.7	1,183.5	1,261.3	1,254.1	1,340.3	1,302.3	1,406.6
Automotive parts, accessories and services	898.5	1,043.0	1,349.6	1,317.5	1,268.5	1,183.2	1,160.0
General merchandise stores	1,734.0	1,815.7	3,953.3	2,863.6	2,507.0	2,238.9	2,254.0
Other semi-durable goods stores	481.6	513.0	1,073.3	749.8	686.2	699.3	700.8
Other durable goods stores	420.7	477.6	1,069.7	559.6	521.8	548.5	599.3
Other retail stores	774.5	800.3	1,365.8	934.7	1,007.6	966.9	1,046.8
<b>Total, all stores</b>	<b>16,854.3</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>	<b>21,033.7</b>	<b>20,617.3</b>	<b>20,562.2</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	255.1	262.5	394.5	343.2	339.7	321.1	329.2
Prince Edward Island	64.5	69.3	102.9	84.0	86.6	86.6	98.7
Nova Scotia	517.4	538.5	788.4	654.7	656.3	621.3	656.2
New Brunswick	396.7	403.2	590.6	499.4	508.3	497.5	509.2
Quebec	3,897.4	4,071.6	5,432.2	4,712.7	4,933.4	4,758.4	4,746.9
Ontario	6,402.1	6,645.6	9,604.9	7,943.4	7,861.9	7,818.3	7,634.3
Manitoba	600.3	635.2	898.4	736.1	763.1	736.5	726.2
Saskatchewan	498.8	551.0	759.7	633.4	670.6	641.9	639.9
Alberta	1,893.7	2,014.7	2,873.0	2,351.7	2,395.0	2,349.8	2,351.3
British Columbia	2,270.9	2,410.6	3,293.2	2,651.0	2,750.8	2,717.7	2,797.5
Yukon	20.5	20.4	28.2	23.4	25.5	26.6	30.6
Northwest Territories	37.0	38.6	50.2	40.6	42.4	41.7	42.4



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	February 1998 Février	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,808.4	4,445.8	4,725.6	4,371.3	4,127.1	3,890.8	8,440.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
385.8	369.2	381.7	361.5	326.6	316.6	639.2	Tous les autres magasins d'alimentation
1,087.8	1,062.5	1,086.4	1,057.5	1,034.0	976.1	2,079.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
130.4	146.1	173.4	142.7	105.8	85.8	189.0	Magasins de chaussures
113.2	132.9	132.5	118.0	97.5	83.0	179.1	Magasins de vêtements pour hommes
358.4	357.9	410.5	362.3	306.7	249.0	526.2	Magasins de vêtements pour femmes
474.4	470.7	494.4	449.3	424.6	338.2	739.8	Autres magasins de vêtements
858.2	812.7	769.0	724.9	726.5	631.1	1,434.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
207.3	212.8	193.0	185.0	182.7	154.7	318.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,820.6	6,503.4	6,570.1	6,255.9	5,394.2	4,226.0	8,726.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,455.6	1,369.0	1,366.5	1,279.6	1,257.0	1,158.3	2,285.2	Stations-service
1,324.8	1,294.6	1,326.8	1,232.4	1,016.6	874.6	1,941.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,197.0	2,168.7	2,295.6	2,189.8	1,956.5	1,650.7	3,549.7	Magasins de marchandises diverses
713.4	711.3	781.1	622.6	508.1	478.5	994.6	Autres magasins de produits semi-durables
594.2	552.6	569.4	510.4	420.6	399.0	898.3	Autres magasins de produits durables
1,121.5	992.7	1,020.3	906.1	820.4	729.8	1,574.8	Autres magasins de vente au détail
<b>21,650.8</b>	<b>21,603.0</b>	<b>22,296.1</b>	<b>20,769.4</b>	<b>18,704.7</b>	<b>16,242.1</b>	<b>34,515.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
350.9	347.6	350.6	314.6	285.5	246.4	517.6	Terre-Neuve
105.9	97.7	93.6	81.1	72.9	64.4	133.8	Île-du-Prince-Édouard
688.1	671.0	673.3	636.8	562.7	504.2	1,055.9	Nouvelle-Écosse
542.9	541.7	543.2	506.8	445.6	372.4	799.9	Nouveau-Brunswick
5,075.9	4,978.5	5,330.4	5,025.8	4,446.3	3,840.6	7,969.0	Québec
8,022.8	8,166.3	8,376.4	7,683.3	6,872.1	5,964.7	13,047.7	Ontario
753.1	768.0	774.8	734.1	672.8	567.3	1,235.5	Manitoba
661.8	658.9	661.6	631.7	572.5	501.8	1,049.8	Saskatchewan
2,429.6	2,443.8	2,507.3	2,338.6	2,105.0	1,842.3	3,908.4	Alberta
2,941.6	2,856.4	2,913.4	2,747.8	2,603.3	2,282.9	4,681.5	Colombie-Britannique
32.4	30.2	27.4	24.2	23.1	18.6	40.9	Yukon
45.9	43.0	44.0	44.5	43.0	36.3	75.6	Territoires du Nord Ouest



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	74.9	75.1	171.5	140.0	150.0
Prince Edward Island	18.9	19.5	44.9	30.0	38.4
Nova Scotia	146.2	154.5	334.3	243.2	300.7
New Brunswick	110.9	115.8	247.8	184.3	226.7
Quebec	1,113.2	1,256.2	2,214.4	1,623.4	2,369.4
Ontario	2,138.4	2,243.0	4,456.2	3,135.9	4,381.4
Manitoba	164.4	171.0	358.5	249.0	335.4
Saskatchewan	155.4	167.4	316.7	224.9	322.8
Alberta	592.0	618.5	1,240.4	862.3	1,210.5
British Columbia	729.6	796.1	1,502.0	999.9	1,525.7
Yukon	4.1	4.1	8.5	5.8	8.2
Northwest Territories	19.3	19.6	29.1	21.9	38.9
<b>Total</b>	<b>5,267.4</b>	<b>5,640.8</b>	<b>10,924.3</b>	<b>7,720.6</b>	<b>10,908.2</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août
	Millions of dollars – Millions de dollars						
<b>Regions</b>							
Newfoundland	74.9	75.1	171.5	140.0	115.7	99.4	99.4
Prince Edward Island	18.9	19.5	44.9	30.0	28.1	27.5	32.9
Nova Scotia	146.2	154.5	334.3	243.2	210.0	190.1	201.1
New Brunswick	110.9	115.8	247.8	184.3	164.2	148.6	148.8
Quebec	1,113.2	1,256.2	2,214.4	1,623.4	1,617.6	1,556.1	1,545.8
Ontario	2,138.4	2,243.0	4,456.2	3,135.9	2,835.5	2,729.2	2,692.7
Manitoba	164.4	171.0	358.5	249.0	229.6	202.3	216.3
Saskatchewan	155.4	167.4	316.7	224.9	216.7	192.6	200.1
Alberta	592.0	618.5	1,240.4	862.3	790.6	746.0	781.6
British Columbia	729.6	796.1	1,502.0	999.9	962.4	935.6	929.6
Yukon	4.1	4.1	8.5	5.8	6.7	6.4	7.9
Northwest Territories	19.3	19.6	29.1	21.9	22.9	22.0	22.5
<b>Total</b>	<b>5,267.4</b>	<b>5,640.8</b>	<b>10,924.3</b>	<b>7,720.6</b>	<b>7,200.0</b>	<b>6,855.7</b>	<b>6,878.5</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent - Pourcentage				
				<b>Régions</b>
7.2	6.1	0.9	6.2	6.6 Terre-Neuve
-	3.7	0.4	5.6	1.9 Île-du-Prince-Édouard
4.8	7.3	5.1	10.1	6.1 Nouvelle-Écosse
8.1	9.8	4.7	7.2	8.9 Nouveau-Brunswick
-1.8	10.4	5.2	0.4	4.3 Québec
8.3	7.5	7.1	7.7	7.9 Ontario
6.1	2.9	1.1	3.4	4.5 Manitoba
2.4	0.2	-2.6	--	1.3 Saskatchewan
4.3	2.3	1.5	5.7	3.3 Alberta
2.8	2.4	-1.0	-0.8	2.6 Colombie-Britannique
-2.4	-8.9	-8.6	3.6	-5.7 Yukon
4.3	4.3	-4.3	-0.9	4.3 Territoires du Nord Ouest
4.4	6.4	4.1	4.3	5.4 Total

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	February 1998 Février	Year 1999 Année	
Millions of dollars - Millions de dollars							<b>Régions</b>
96.7	93.1	93.2	87.4	81.0	69.9	150.0	Terre-Neuve
32.1	26.9	26.0	23.3	21.4	18.9	38.4	Île-du-Prince-Édouard
191.9	181.4	185.1	176.2	161.6	139.5	300.7	Nouvelle-Écosse
144.8	140.5	142.4	134.8	119.8	102.6	226.7	Nouveau-Brunswick
1,564.0	1,536.0	1,654.0	1,495.2	1,272.3	1,133.8	2,369.4	Québec
2,613.3	2,606.2	2,698.6	2,448.2	2,234.2	1,974.4	4,381.4	Ontario
206.3	203.8	210.4	204.1	190.1	154.9	335.4	Manitoba
195.2	193.3	196.8	190.8	174.7	151.7	322.8	Saskatchewan
734.0	723.7	747.3	707.0	651.9	567.8	1,210.5	Alberta
925.6	896.1	923.0	868.6	828.6	709.9	1,525.7	Colombie-Britannique
7.2	6.6	5.7	4.7	5.1	4.2	8.2	Yukon
23.0	20.6	22.7	22.2	22.2	18.5	38.9	Territoires du Nord Ouest
6,734.2	6,628.2	6,905.2	6,362.5	5,762.8	5,046.0	10,908.2	Total



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1997</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.7	16,854.3	3.8	15,644.4	3.4
March					
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1997</b>
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		Janvier
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Février
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	...	<b>220,955.1</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.5	20,679.7	-0.3	19,235.8	-0.1		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,161.2</b>	...	<b>229,042.4</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,099.5	2.0	19,624.7	2.0		Janvier
107.4	21,008.1	-0.4	19,560.5	-0.3		Février
						Mars
						Avril
						Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.



Table 10

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Sales Ventes					
	January 1998 Janvier	February 1998 Février	March 1998 Mars	April 1998 Avril	May 1998 Mai	June 1998 Juin
Millions of dollars – Millions de dollars						
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	4,397.1	4,383.1	4,418.4	4,444.0	4,459.6	4,463.5
All other food stores	360.1	361.1	357.3	359.4	360.2	359.3
Drugs and patient medicine stores	1,056.6	1,068.1	1,069.0	1,076.8	1,092.3	1,083.3
Shoe stores	138.6	145.1	140.9	144.4	148.7	133.4
Men's clothing stores	134.4	133.6	132.2	132.7	130.8	127.1
Women's clothing stores	363.2	372.2	376.1	377.0	372.5	353.3
Other clothing stores	500.8	516.5	509.3	507.0	515.1	508.7
Household furniture and appliance stores	800.4	812.5	816.0	805.5	837.8	844.9
Household furnishings stores	195.1	199.3	200.8	199.8	195.4	199.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,203.0	5,221.1	5,256.8	5,464.2	5,426.0	5,356.5
Gasoline service stations	1,338.4	1,333.2	1,332.6	1,336.0	1,329.4	1,297.9
Automotive parts, accessories and services	1,151.0	1,163.0	1,173.4	1,222.1	1,199.1	1,171.6
General merchandise stores	2,278.0	2,328.4	2,351.0	2,357.4	2,334.4	2,249.2
Other semi-durable goods stores	668.6	681.2	676.3	681.9	684.9	664.2
Other durable goods stores	522.3	571.5	555.4	561.7	563.1	561.1
Other retail stores	944.0	953.4	975.2	980.5	970.4	960.0
<b>Total, all stores</b>	<b>20,051.6</b>	<b>20,243.3</b>	<b>20,340.8</b>	<b>20,650.3</b>	<b>20,619.8</b>	<b>20,333.0</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	320.7	320.8	317.4	317.6	323.6	326.0
Prince Edward Island	85.9	86.9	85.9	87.1	87.7	88.2
Nova Scotia	627.8	636.6	626.4	633.7	634.5	630.8
New Brunswick	491.8	478.0	501.6	510.4	504.1	499.6
Quebec	4,304.7	4,881.9	4,830.2	4,798.1	4,727.4	4,642.3
Ontario	7,522.9	7,404.0	7,553.0	7,730.2	7,810.4	7,674.8
Manitoba	740.2	704.9	728.7	737.1	722.8	728.7
Saskatchewan	666.6	623.7	633.6	636.7	629.9	624.7
Alberta	2,396.8	2,295.8	2,262.7	2,330.0	2,340.6	2,310.4
British Columbia	2,824.3	2,742.7	2,730.8	2,801.1	2,771.9	2,741.6
Yukon	26.6	25.3	26.1	25.3	25.2	25.6
Northwest Territories	43.2	42.7	44.5	43.0	41.6	40.3



Tableau 10

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Sales Ventes						
July 1998 Juillet	August 1998 Août	September 1998 Septembre	October 1998 Octobre	November 1998 Novembre	December 1998 Décembre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,479.5	4,435.4	4,465.5	4,454.7	4,489.0	4,456.4	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
362.2	359.6	357.1	366.0	357.2	358.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,095.5	1,090.8	1,078.0	1,084.4	1,079.6	1,069.9	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
138.4	138.0	134.9	135.1	133.7	139.1	Magasins de chaussures
130.6	133.8	132.8	131.4	133.4	128.9	Magasins de vêtements pour hommes
366.5	364.8	363.7	362.1	372.6	361.6	Magasins de vêtements pour femmes
531.3	535.2	534.6	540.3	542.0	518.2	Autres magasins de vêtements
871.3	863.9	849.6	856.5	866.9	882.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
199.4	204.0	203.4	206.1	219.0	207.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,374.2	5,462.6	5,564.1	5,246.4	5,429.7	5,453.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,310.3	1,303.7	1,291.8	1,289.2	1,273.5	1,271.0	Stations-service
1,200.0	1,189.4	1,201.6	1,222.4	1,218.1	1,224.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,337.0	2,318.5	2,342.7	2,349.6	2,341.2	2,368.6	Magasins de marchandises diverses
681.1	680.1	693.6	706.6	711.7	687.3	Autres magasins de produits semi-durables
568.1	562.5	571.1	575.3	571.5	566.8	Autres magasins de produits durables
965.7	973.8	985.0	985.1	995.9	986.2	Autres magasins de vente au détail
<b>20,611.1</b>	<b>20,616.1</b>	<b>20,769.5</b>	<b>20,511.1</b>	<b>20,734.9</b>	<b>20,679.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
323.6	317.4	331.3	329.4	333.6	322.1	Terre-Neuve
88.8	88.0	87.6	85.6	86.2	85.9	Île-du-Prince-Édouard
641.6	640.2	639.0	641.0	646.1	650.2	Nouvelle-Écosse
502.2	497.4	497.7	486.1	496.0	493.1	Nouveau-Brunswick
4,766.3	4,768.2	4,782.1	4,775.3	4,834.1	4,815.7	Québec
7,726.7	7,788.5	7,823.5	7,739.0	7,835.7	7,767.7	Ontario
728.7	730.1	752.2	726.3	735.1	736.8	Manitoba
634.3	638.9	651.9	625.4	626.6	629.2	Saskatchewan
2,357.6	2,342.6	2,408.2	2,316.3	2,347.0	2,357.0	Alberta
2,773.0	2,736.3	2,727.0	2,718.6	2,725.1	2,752.2	Colombie-Britannique
26.2	26.7	26.3	25.7	26.2	26.3	Yukon
42.1	41.8	42.7	42.3	43.3	43.6	Territoires du Nord Ouest



Table 10

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Change from previous month Variation par rapport au mois précédente					
	January 1998	February 1998	March 1998	April 1998	May 1998	June 1998
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	Per cent – Pourcentage					
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	-0.1	-0.3	0.8	0.6	0.4	--
All other food stores	0.4	0.3	-1.1	0.6	0.2	-0.2
Drugs and patient medicine stores	0.6	1.1	--	0.7	1.4	-0.8
Shoe stores	2.3	4.7	-2.9	2.5	3.0	-10.3
Men's clothing stores	3.0	-0.6	-1.0	0.4	-1.4	-2.8
Women's clothing stores	--	2.5	1.0	0.2	-1.2	-5.2
Other clothing stores	-0.9	3.1	-1.4	-0.5	1.6	-1.2
Household furniture and appliance stores	-1.0	1.5	0.4	-1.3	4.0	0.8
Household furnishings stores	-5.9	2.2	0.8	-0.5	-2.2	1.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	-12.9	0.3	0.7	3.9	-0.7	-1.3
Gasoline service stations	-2.1	-0.4	--	0.3	-0.5	-2.4
Automotive parts, accessories and services	2.1	1.0	0.9	4.2	-1.9	-2.3
General merchandise stores	0.7	2.2	1.0	0.3	-1.0	-3.6
Other semi-durable goods stores	-2.2	1.9	-0.7	0.8	0.4	-3.0
Other durable goods stores	-3.7	9.4	-2.8	1.1	0.2	-0.4
Other retail stores	2.2	1.0	2.3	0.5	-1.0	-1.1
<b>Total, all stores</b>	<b>-3.8</b>	<b>1.0</b>	<b>0.5</b>	<b>1.5</b>	<b>-0.1</b>	<b>-1.4</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	-2.0	--	-1.1	--	1.9	0.7
Prince Edward Island	-3.4	1.2	-1.2	1.4	0.7	0.6
Nova Scotia	-1.6	1.4	-1.6	1.2	0.1	-0.6
New Brunswick	-2.2	-2.8	4.9	1.8	-1.2	-0.9
Quebec	-10.2	13.4	-1.1	-0.7	-1.5	-1.8
Ontario	-2.2	-1.6	2.0	2.3	1.0	-1.7
Manitoba	-1.2	-4.8	3.4	1.2	-1.9	0.8
Saskatchewan	-0.6	-6.4	1.6	0.5	-1.1	-0.8
Alberta	-0.7	-4.2	-1.4	3.0	0.5	-1.3
British Columbia	-2.5	-2.9	-0.4	2.6	-1.0	-1.1
Yukon	-3.6	-4.9	3.2	-3.1	-0.4	1.6
Northwest Territories	-2.7	-1.2	4.2	-3.4	-3.3	-3.1



Tableau 10

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédente						
July 1998 Juillet	August 1998 Août	September 1998 Septembre	October 1998 Octobre	November 1998 Novembre	December 1998 Décembre	
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
0.4	-1.0	0.7	-0.2	0.8	-0.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.8	-0.7	-0.7	2.5	-2.4	0.4	Tous les autres magasins d'alimentation
1.1	-0.4	-1.2	0.6	-0.4	-0.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.7	-0.3	-2.2	0.1	-1.0	4.0	Magasins de chaussures
2.8	2.5	-0.7	-1.1	1.5	-3.4	Magasins de vêtements pour hommes
3.7	-0.5	-0.3	-0.4	2.9	-3.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.4	0.7	-0.1	1.1	0.3	-4.4	Autres magasins de vêtements
3.1	-0.8	-1.7	0.8	1.2	1.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.2	2.3	-0.3	1.3	6.3	-5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.3	1.6	1.9	-5.7	3.5	0.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1.0	-0.5	-0.9	-0.2	-1.2	-0.2	Stations-service
2.4	-0.9	1.0	1.7	-0.4	0.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.9	-0.8	1.0	0.3	-0.4	1.2	Magasins de marchandises diverses
2.5	-0.1	2.0	1.9	0.7	-3.4	Autres magasins de produits semi-durables
1.2	-1.0	1.5	0.7	-0.7	-0.8	Autres magasins de produits durables
0.6	0.8	1.2	--	1.1	-1.0	Autres magasins de vente au détail
<b>1.4</b>	<b>--</b>	<b>0.7</b>	<b>-1.2</b>	<b>1.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>						
-0.7	-1.9	4.4	-0.6	1.3	-3.4	Terre-Neuve
0.7	-0.9	-0.5	-2.3	0.7	-0.3	Île-du-Prince-Édouard
1.7	-0.2	-0.2	0.3	0.8	0.6	Nouvelle-Écosse
0.5	-1.0	--	-2.3	2.0	-0.6	Nouveau-Brunswick
2.7	--	0.3	-0.1	1.2	-0.4	Québec
0.7	0.8	0.4	-1.1	1.2	-0.9	Ontario
-	0.2	3.0	-3.4	1.2	0.2	Manitoba
1.5	0.7	2.0	-4.1	0.2	0.4	Saskatchewan
2.0	-0.6	2.8	-3.8	1.3	0.4	Alberta
1.1	-1.3	-0.3	-0.3	0.2	1.0	Colombie-Britannique
2.3	1.9	-1.5	-2.3	1.9	0.4	Yukon
4.5	-0.7	2.2	-0.9	2.4	0.7	Territoires du Nord Ouest



Table 10

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
	January 1998	February 1998	March 1998	April 1998	May 1998	June 1998
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	Per cent – Pourcentage					
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	3.6	2.7	4.0	4.5	4.5	4.1
All other food stores	-3.0	-1.5	0.1	2.9	3.2	2.6
Drugs and patient medicine stores	3.3	4.8	4.9	5.5	9.0	8.8
Shoe stores	-3.1	5.2	6.2	8.4	11.6	-3.0
Men's clothing stores	6.1	2.5	1.4	1.9	0.7	-5.1
Women's clothing stores	0.9	2.5	5.2	4.8	6.5	-0.7
Other clothing stores	1.3	9.7	5.6	8.0	6.7	6.2
Household furniture and appliance stores	7.2	7.5	9.3	5.6	9.4	8.9
Household furnishings stores	5.5	5.4	5.6	4.9	-2.5	4.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5.1	4.4	3.6	7.4	3.0	3.8
Gasoline service stations	-6.0	-5.8	-5.3	-3.5	-2.7	-5.7
Automotive parts, accessories and services	7.6	-1.1	4.2	8.3	8.6	1.0
General merchandise stores	12.2	11.2	10.6	10.6	8.4	2.1
Other semi-durable goods stores	-0.3	-1.0	1.0	-0.2	1.3	-5.6
Other durable goods stores	14.8	23.6	19.2	16.6	14.7	13.4
Other retail stores	6.5	7.2	10.8	9.8	8.6	5.0
<b>Total, all stores</b>	<b>4.5</b>	<b>4.2</b>	<b>4.8</b>	<b>6.1</b>	<b>5.0</b>	<b>3.1</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	5.0	6.4	2.3	2.0	2.2	1.5
Prince Edward Island	7.2	8.1	4.2	6.3	5.7	6.3
Nova Scotia	4.9	7.0	4.1	5.4	7.4	2.8
New Brunswick	10.0	6.4	11.6	7.7	9.7	7.0
Quebec	-6.0	5.0	7.4	3.6	2.3	-0.8
Ontario	10.7	6.5	6.6	9.7	10.0	7.2
Manitoba	6.9	-1.6	2.3	8.5	2.2	-0.3
Saskatchewan	10.8	-0.1	1.5	1.4	-0.9	-2.5
Alberta	11.5	5.1	3.0	6.9	5.0	3.6
British Columbia	-1.1	-2.2	-2.2	1.8	-1.8	0.6
Yukon	2.3	1.2	2.8	-0.8	-8.0	-0.8
Northwest Territories	3.6	-0.7	9.9	4.9	-0.5	-6.3



Tableau 10

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
July 1998 Juillet	August 1998 Août	September 1998 Septembre	October 1998 Octobre	November 1998 Novembre	December 1998 Décembre
Per cent - Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
4.5	1.8	2.7	2.1	3.7	1.2
1.8	1.1	-2.4	3.4	-1.1	-
7.3	5.7	3.9	4.7	3.7	1.8
2.4	-0.6	-2.7	-9.1	-1.4	2.7
-2.0	2.5	-1.1	0.5	3.6	-1.2
1.2	1.0	-3.0	-0.8	2.8	-0.5
10.0	7.7	9.8	9.5	11.4	2.6
12.5	10.0	6.8	8.5	8.5	9.1
4.7	6.6	8.8	9.9	15.4	--
1.3	8.6	7.8	-1.9	0.6	-8.8
-3.4	-6.0	-8.2	-8.3	-8.4	-7.0
1.4	2.4	-1.1	8.2	16.3	8.6
6.1	4.0	5.2	4.5	3.0	4.7
-2.3	-1.3	1.3	5.0	6.5	0.5
11.6	6.1	10.1	8.5	8.3	4.5
4.3	5.3	6.9	7.0	7.9	6.8
<b>3.5</b>	<b>4.1</b>	<b>3.8</b>	<b>1.9</b>	<b>3.3</b>	<b>-0.8</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>					
<b>Régions</b>					
0.2	-0.2	6.5	5.3	6.4	-1.6
2.2	3.5	5.4	0.7	3.7	-3.4
-0.8	4.5	2.3	4.1	7.3	1.9
9.8	6.6	4.0	0.9	3.2	-2.0
1.3	3.1	2.1	2.5	4.5	0.5
6.3	7.6	7.4	4.8	5.9	1.0
1.6	2.7	4.4	-0.6	1.9	-1.7
-0.8	1.8	0.6	-3.6	-0.9	-6.2
5.7	5.2	5.9	--	1.6	-2.4
-0.2	-3.0	-3.8	-3.7	-3.5	-5.0
4.4	7.2	1.5	1.2	2.3	-4.7
1.9	-1.2	-0.7	-1.4	1.6	-1.8
Terre-Neuve					
Île-du-Prince-Édouard					
Nouvelle-Écosse					
Nouveau-Brunswick					
Québec					
Ontario					
Manitoba					
Saskatchewan					
Alberta					
Colombie-Britannique					
Yukon					
Territoires du Nord Ouest					



Table 11

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Sales Ventes					
	January 1998	February 1998	March 1998	April 1998	May 1998	June 1998
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Millions of dollars – Millions de dollars						
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	4,505.3	3,890.8	4,127.1	4,371.3	4,725.6	4,445.8
All other food stores	322.4	316.6	326.6	361.5	381.7	369.2
Drugs and patient medicine stores	1,029.3	976.1	1,034.0	1,057.5	1,086.4	1,062.5
Shoe stores	108.5	85.8	105.8	142.7	173.4	146.1
Men's clothing stores	109.7	83.0	97.5	118.0	132.5	132.9
Women's clothing stores	264.3	249.0	306.7	362.3	410.5	357.9
Other clothing stores	371.2	338.2	424.6	449.3	494.4	470.7
Household furniture and appliance stores	686.1	631.1	726.5	724.9	769.0	812.7
Other household furnishings store	154.1	154.7	182.7	185.0	193.0	212.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,055.8	4,226.0	5,394.2	6,255.9	6,570.1	6,503.4
Gasoline service stations	1,256.4	1,158.3	1,257.0	1,279.6	1,366.5	1,369.0
Automotive parts, accessories and services	987.2	874.6	1,016.6	1,232.4	1,326.8	1,294.6
General merchandise stores	1,681.1	1,650.7	1,956.5	2,189.8	2,295.6	2,168.7
Other semi-durable goods stores	493.1	478.5	508.1	622.6	781.1	711.3
Other durable goods stores	405.2	399.0	420.6	510.4	569.4	552.6
Other retail stores	762.4	729.8	820.4	906.1	1,020.3	992.7
<b>Total, all stores</b>	<b>17,192.2</b>	<b>16,242.1</b>	<b>18,704.7</b>	<b>20,769.4</b>	<b>22,296.1</b>	<b>21,603.0</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	260.4	246.4	285.5	314.6	350.6	347.6
Prince Edward Island	69.1	64.4	72.9	81.1	93.6	97.7
Nova Scotia	534.7	504.2	562.7	636.8	673.3	671.0
New Brunswick	400.2	372.4	445.6	506.8	543.2	541.7
Quebec	3,645.4	3,840.6	4,446.3	5,025.8	5,330.4	4,978.5
Ontario	6,427.7	5,964.7	6,872.1	7,683.3	8,376.4	8,166.3
Manitoba	641.4	567.3	672.8	734.1	774.8	768.0
Saskatchewan	587.9	501.8	572.5	631.7	661.6	658.9
Alberta	2,077.6	1,842.3	2,105.0	2,338.6	2,507.3	2,443.8
British Columbia	2,489.2	2,282.9	2,603.3	2,747.8	2,913.4	2,856.4
Yukon	21.4	18.6	23.1	24.2	27.4	30.2
Northwest Territories	37.2	36.3	43.0	44.5	44.0	43.0



Tableau 11

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

			Sales Ventes			
July 1998 Juillet	August 1998 Août	September 1998 Septembre	October 1998 Octobre	November 1998 Novembre	December 1998 Décembre	Year 1998 Année
Millions of dollars – Millions de dollars						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
4,808.4	4,504.8	4,382.8	4,664.1	4,180.4	4,739.8	53,346.2
385.8	359.2	345.6	366.9	339.7	443.2	4,318.4
1,087.8	1,063.0	1,051.8	1,098.1	1,055.7	1,342.0	12,944.2
130.4	147.9	148.2	154.4	150.5	176.8	1,670.5
113.2	112.1	122.3	139.8	158.5	262.2	1,581.7
358.4	348.5	387.7	381.8	394.6	583.8	4,405.5
474.4	582.9	565.3	588.3	607.1	892.5	6,258.9
858.2	860.9	883.0	904.1	944.1	1,306.5	10,107.1
207.3	209.0	210.8	218.5	237.1	264.0	2,429.0
5,820.6	5,206.4	5,580.8	5,186.3	4,926.3	4,732.2	64,458.0
1,455.6	1,406.6	1,302.3	1,340.3	1,254.1	1,261.3	15,707.0
1,324.8	1,160.0	1,183.2	1,268.5	1,317.5	1,349.6	14,335.8
2,197.0	2,254.0	2,238.9	2,507.0	2,863.6	3,953.3	27,956.2
713.4	700.8	699.3	686.2	749.8	1,073.3	8,217.5
594.2	599.3	548.5	521.8	559.6	1,069.7	6,750.3
1,121.5	1,046.8	966.9	1,007.6	934.7	1,365.8	11,675.0
<b>21,650.8</b>	<b>20,562.2</b>	<b>20,617.3</b>	<b>21,033.7</b>	<b>20,673.5</b>	<b>24,816.3</b>	<b>246,161.3</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
350.9	329.2	321.1	339.7	343.2	394.5	3,883.7
105.9	98.7	86.6	86.6	84.0	102.9	1,043.5
688.1	656.2	621.3	656.3	654.7	788.4	7,647.7
542.9	509.2	497.5	508.3	499.4	590.6	5,957.8
5,075.9	4,746.9	4,758.4	4,933.4	4,712.7	5,432.2	56,926.5
8,022.8	7,634.3	7,818.3	7,861.9	7,943.4	9,604.9	92,376.1
753.1	726.2	736.5	763.1	736.1	898.4	8,771.8
661.8	639.9	641.9	670.6	633.4	759.7	7,621.7
2,429.6	2,351.3	2,349.8	2,395.0	2,351.7	2,873.0	28,065.0
2,941.6	2,797.5	2,717.7	2,750.8	2,651.0	3,293.2	33,044.8
32.4	30.6	26.6	25.5	23.4	28.2	311.6
45.9	42.4	41.7	42.4	40.6	50.2	511.2
<b>Territoires du Nord Ouest</b>						



Table 11

Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)

	Change from previous month Variation par rapport au mois précédente					
	January 1998	February 1998	March 1998	April 1998	May 1998	June 1998
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	Per cent - Pourcentage					
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	-0.9	-13.6	6.1	5.9	8.1	-5.9
All other food stores	-26.3	-1.8	3.2	10.7	5.6	-3.3
Drugs and patient medicine stores	-21.8	-5.2	5.9	2.3	2.7	-2.2
Shoe stores	-36.3	-20.9	23.3	34.9	21.5	-15.7
Men's clothing stores	-57.8	-24.3	17.5	21.0	12.3	0.3
Women's clothing stores	-54.7	-5.8	23.2	18.1	13.3	-12.8
Other clothing stores	-56.9	-8.9	25.5	5.8	10.0	-4.8
Household furniture and appliance stores	-42.5	-8.0	15.1	-0.2	6.1	5.7
Household furnishings stores	-41.8	0.4	18.1	1.3	4.3	10.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	-21.4	4.2	27.6	16.0	5.0	-1.0
Gasoline service stations	-7.8	-7.8	8.5	1.8	6.8	0.2
Automotive parts, accessories and services	-20.2	-11.4	16.2	21.2	7.7	-2.4
General merchandise stores	-55.4	-1.8	18.5	11.9	4.8	-5.5
Other semi-durable goods stores	-53.8	-3.0	6.2	22.5	25.5	-8.9
Other durable goods stores	-59.9	-1.5	5.4	21.4	11.6	-3.0
Other retail stores	-39.9	-4.3	12.4	10.4	12.6	-2.7
<b>Total, all stores</b>	<b>-29.8</b>	<b>-5.5</b>	<b>15.2</b>	<b>11.0</b>	<b>7.4</b>	<b>-3.1</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	-33.3	-5.4	15.9	10.2	11.4	-0.9
Prince Edward Island	-33.3	-6.8	13.2	11.2	15.4	4.4
Nova Scotia	-29.8	-5.7	11.6	13.2	5.7	-0.3
New Brunswick	-32.2	-6.9	19.7	13.7	7.2	-0.3
Quebec	-30.5	5.4	15.8	13.0	6.1	-6.6
Ontario	-31.1	-7.2	15.2	11.8	9.0	-2.5
Manitoba	-28.5	-11.6	18.6	9.1	5.5	-0.9
Saskatchewan	-26.1	-14.6	14.1	10.3	4.7	-0.4
Alberta	-28.4	-11.3	14.3	11.1	7.2	-2.5
British Columbia	-26.9	-8.3	14.0	5.6	6.0	-2.0
Yukon	-28.2	-13.1	24.2	4.8	13.2	10.2
Northwest Territories	-25.6	-2.4	18.5	3.5	-1.1	-2.3



Tableau 11

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédente						
July 1998 Juillet	August 1998 Août	September 1998 Septembre	October 1998 Octobre	November 1998 Novembre	December 1998 Décembre	
Per cent - Pourcentage						
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>
8.2	-6.3	-2.7	6.4	-10.4	13.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
4.5	-6.9	-3.8	6.2	-7.4	30.5	Tous les autres magasins d'alimentation
2.4	-2.3	-1.1	4.4	-3.9	27.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-10.7	13.4	0.2	4.2	-2.5	17.5	Magasins de chaussures
-14.8	-1.0	9.1	14.3	13.4	65.4	Magasins de vêtements pour hommes
0.1	-2.8	11.2	-1.5	3.4	47.9	Magasins de vêtements pour femmes
0.8	22.9	-3.0	4.1	3.2	47.0	Autres magasins de vêtements
5.6	0.3	2.6	2.4	4.4	38.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.6	0.8	0.9	3.7	8.5	11.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-10.5	-10.6	7.2	-7.1	-5.0	-3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.3	-3.4	-7.4	2.9	-6.4	0.6	Stations-service
2.3	-12.4	2.0	7.2	3.9	2.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.3	2.6	-0.7	12.0	14.2	38.1	Magasins de marchandises diverses
0.3	-1.8	-0.2	-1.9	9.3	43.1	Autres magasins de produits semi-durables
7.5	0.9	-8.5	-4.9	7.2	91.2	Autres magasins de produits durables
13.0	-6.7	-7.6	4.2	-7.2	46.1	Autres magasins de vente au détail
<b>0.2</b>	<b>-5.0</b>	<b>0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>-1.7</b>	<b>20.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
0.9	-6.2	-2.5	5.8	1.0	14.9	Terre-Neuve
8.4	-6.8	-12.3	-	-3.0	22.5	Île-du-Prince-Édouard
2.5	-4.6	-5.3	5.6	-0.2	20.4	Nouvelle-Écosse
0.2	-6.2	-2.3	2.2	-1.8	18.3	Nouveau-Brunswick
2.0	-6.5	0.2	3.7	-4.5	15.3	Québec
-1.8	-4.8	2.4	0.6	1.0	20.9	Ontario
-1.9	-3.6	1.4	3.6	-3.5	22.0	Manitoba
0.4	-3.3	0.3	4.5	-5.5	19.9	Saskatchewan
-0.6	-3.2	--	1.9	-1.8	22.2	Alberta
3.0	-4.9	-2.9	1.2	-3.6	24.2	Colombie-Britannique
7.3	-5.6	-13.1	-4.1	-8.2	20.5	Yukon
6.7	-7.6	-1.7	1.7	-4.2	23.6	Territoires du Nord Ouest



Table 11

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
	January 1998	February 1998	March 1998	April 1998	May 1998	June 1998
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	Per cent - Pourcentage					
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	6.7	2.5	-0.3	7.7	1.5	5.1
All other food stores	-2.2	-0.8	-5.6	7.1	3.2	1.3
Drugs and patient medicine stores	2.4	5.3	5.3	6.3	8.0	9.5
Shoe stores	-1.3	6.1	7.6	4.8	11.6	-1.9
Men's clothing stores	9.2	3.1	-0.9	4.5	-2.7	-4.6
Women's clothing stores	2.8	3.8	5.1	4.2	7.3	-0.2
Other clothing stores	2.8	10.4	4.3	9.0	5.7	5.6
Household furniture and appliance stores	9.5	7.9	8.7	5.7	6.6	10.8
Household furnishings stores	5.0	6.0	8.6	2.3	-4.4	7.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2.3	4.4	14.0	-0.3	0.7	7.3
Gasoline service stations	-6.8	-5.9	-4.4	-3.2	-3.9	-5.8
Automotive parts, accessories and services	7.5	-1.2	7.5	5.3	5.6	3.3
General merchandise stores	13.7	12.1	7.8	14.1	7.2	3.2
Other semi-durable goods stores	-0.2	-0.8	-1.6	2.3	-0.3	-4.8
Other durable goods stores	14.8	24.5	17.7	20.2	15.0	13.3
Other retail stores	8.2	7.6	7.5	14.0	6.5	4.6
<b>Total, all stores</b>	<b>4.7</b>	<b>4.1</b>	<b>6.0</b>	<b>5.0</b>	<b>2.9</b>	<b>4.7</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	6.3	6.3	1.6	2.6	--	4.1
Prince Edward Island	7.8	7.7	4.3	7.6	2.6	8.2
Nova Scotia	5.8	7.1	3.0	7.0	3.9	4.0
New Brunswick	10.2	6.3	13.4	6.1	7.5	9.6
Quebec	-6.0	5.0	8.2	3.5	-0.6	0.8
Ontario	10.2	6.4	8.3	8.1	8.1	8.6
Manitoba	7.5	-1.7	3.4	7.5	--	1.1
Saskatchewan	11.7	-0.2	2.7	-0.8	-2.4	-0.4
Alberta	12.3	5.3	4.2	5.7	3.0	5.3
British Columbia	-0.5	-2.3	--	-0.4	-3.2	1.9
Yukon	2.4	1.1	3.6	-1.6	-10.5	1.7
Northwest Territories	5.4	-0.5	8.0	7.0	-2.2	-6.9



Tableau 11

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente						
July 1998 Juillet	August 1998 Août	September 1998 Septembre	October 1998 Octobre	November 1998 Novembre	December 1998 Décembre	Year 1998 Année
Per cent - Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
6.5	-2.0	3.8	4.7	-0.9	4.3	3.3
3.6	-1.7	-1.1	4.2	-3.2	1.3	0.6
9.2	4.6	4.3	3.3	4.1	1.9	5.3
5.6	-3.1	0.4	-7.6	-5.4	3.8	1.2
-1.0	1.1	-1.4	3.6	0.5	0.9	0.8
2.8	-2.7	-0.8	0.2	-0.3	0.1	1.6
11.9	6.5	9.5	11.3	9.7	3.7	7.4
13.0	5.2	8.6	9.6	7.9	9.5	8.6
5.0	5.7	9.3	9.1	15.4	-0.2	5.6
1.0	7.0	8.6	-4.5	2.5	-8.2	2.7
-2.2	-6.2	-8.1	-9.1	-7.5	-7.4	-5.9
1.9	1.1	-0.3	7.2	15.2	9.1	5.2
8.5	2.4	7.4	6.0	1.8	4.9	6.8
-1.5	-2.3	2.2	4.5	5.9	0.6	0.4
15.7	6.3	12.5	9.9	7.8	5.8	12.4
8.2	1.6	7.4	9.0	4.9	7.7	7.1
<b>4.6</b>	<b>1.8</b>	<b>4.9</b>	<b>2.0</b>	<b>2.5</b>	<b>1.3</b>	<b>3.6</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
1.4	-2.9	6.4	6.8	5.1	1.0	3.0
3.3	2.0	4.8	1.5	3.1	-0.7	4.0
1.2	2.5	1.4	4.9	7.1	3.6	4.2
11.2	4.1	5.1	1.6	1.9	--	6.1
2.0	0.2	3.5	2.6	2.8	3.6	2.1
7.9	5.4	9.0	4.6	5.2	2.9	6.9
3.1	0.3	4.9	--	0.9	--	2.1
0.6	-0.2	2.6	-3.1	-2.2	-4.5	--
6.8	3.8	6.4	0.5	1.5	-1.0	4.2
0.3	-4.9	-3.5	-3.6	-4.0	-3.3	-2.0
5.9	7.4	1.5	0.8	3.1	-5.4	0.6
2.2	-2.5	0.7	-1.4	0.7	0.4	0.7







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.c.).



## APPENDICE II

### METHODOLOGY

#### Components of the Universe

The new business register or **Central Frame Data Base (CFDB)** contains the survey universe for the Monthly Retail Trade Survey. The CFDB was developed as a common central frame for all business surveys, in order to provide standardized concepts, and generalized methodology and systems. The overall quality of business and economic data is improved because of greater consistency, more accurate administrative data and greater co-ordination of systems and procedures. Ultimately, all of Statistics Canada's business surveys will be redeveloped to operate within this new environment.

The target population for the Retail Trade Survey consists of all statistical locations on the CFDB that are identified in the retail trade sector. These units comprise the sampling frame for the Retail Trade Survey.

The CFDB sampling frame is allocated into two components: the integrated portion (IP) and the non-integrated portion (NIP). The integrated portion encompasses all large and complex businesses and represents the largest component of the frame in terms of sales. The IP businesses may be represented by several levels in their statistical entities which enables collection of the full range of economic data for large organizations. Information on these businesses is received from administrative tax files and the employer payroll deduction file from Revenue Canada.

The non-integrated portion represents smaller single entity businesses whose sales values lie below a calculated IP boundary. The Monthly Retail Trade Survey obtains its statistical entities from the employer payroll deduction file at Revenue Canada. This allows for the most up-to-date information to be passed onto the NIP units on the frame.

#### The New Sample

The businesses in the target population are classified by industry using the four digit Standard Industrial Classification Code, based on the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold. The target population is also stratified by geographic region. Each industry - geographical combination is divided into three sub-strata: take-all, large take-some and small take-some. The take-all businesses are self-representing as they are included in the sample with certainty. The take-all sub-stratum is comprised of designated companies such as department stores, companies operating in several strata, and companies operating in one strata with revenue greater than a calculated threshold. The large take-some and small take-some units are classified by their revenue.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

#### Composantes de l'univers

Le nouveau registre des entreprises ou **Base de données du registre central (BDRC)** représente l'univers de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail. La BDRC a été conçue afin de servir de base de sondage centrale pour toutes les enquêtes-entreprises, ce qui permet de normaliser les concepts et de généraliser les méthodes et les systèmes. La qualité d'ensemble des données commerciales et économiques est ainsi améliorée: on obtient une plus grande cohérence, des données administratives plus exactes et une meilleure coordination des systèmes et des procédures. Un jour, toutes les enquêtes-entreprises de Statistique Canada seront remaniées et s'intégreront à ce nouveau cadre.

La population cible de l'Enquête sur le commerce de détail est formée de tous les emplacements statistiques dans la BDRC qui appartiennent au secteur du commerce de détail. Ces unités constituent la base de sondage de l'Enquête sur le commerce de détail.

La base de sondage de la BDRC est divisée en deux composantes: la partie intégrée (PI) et la partie non intégrée (PNI). La première englobe toutes les entreprises importantes qui ont une structure complexe et constitue la composante la plus importante de la base en ce qui a trait aux ventes. Les entreprises de la PI peuvent être représentées à plusieurs niveaux à l'intérieur du cadre hiérarchique de l'entité statistique, ce qui permet la collecte de la gamme complète des données économiques dans le cas des grandes sociétés. Les renseignements sur ces entreprises sont tirés des fichiers administratifs des déclarations d'impôt sur le revenu et des fichiers des comptes de retenues sur la paye de Revenu Canada.

La partie non intégrée est constituée des entreprises à entité simple de plus petite taille dont la valeur des ventes est sous la limite calculée de la PI. L'Enquête mensuelle sur le commerce de détail tire ses entités statistiques du fichier des comptes de retenues sur la paye de Revenu Canada, ce qui permet d'intégrer aux unités de la PNI de la base les renseignements les plus récents.

#### Nouvel échantillon

Les entreprises de la population cible sont classées en fonction des codes à quatre chiffres de la Classification type des industries, à partir de la proportion des ventes que représente chaque genre d'entreprise ou encore chaque genre de marchandises vendues. La population cible est aussi stratifiée par région géographique. Chaque combinaison branche d'activité - région géographique est divisée en trois sous-strates: une à tirage complet, une grande à tirage partiel et une petite à tirage partiel. Les entreprises de la sous-strate à tirage complet sont autoreprésentatives puisqu'elles sont forcément intégrées à l'échantillon. La sous-strate à tirage complet englobe les sociétés désignées, comme les grands magasins, les sociétés en activité dans plusieurs strates et celles en activité dans une strate et ayant des ventes supérieures au seuil calculé. Les unités de la sous-strate grande à tirage partiel et de celle petite à tirage partiel sont classées selon leurs recettes.



In order to determine the industry by geographical strata sample sizes, the variance and total sales in each sub-stratum are calculated and applied to an allocation method. This allocation method calculates the number of units to be sampled in the take-some strata under the following two constraints: the coefficient of variation required for the stratum and inevitably the total number of sampling units in the survey.

The initial sample was selected in late 1988 and has been refreshed each month by including a sample of population births. In order to update the sample, not only to add births but also to reduce the burden of individual respondents in the take-some strata, the set of units in the sampling frame are randomly distributed across a calculated number of panels within each sub-stratum. Panels are created so that the selected firms in the take-some strata may rotate out of the sample for a specified time period in order to reduce the response burden. The number of panels in each sub-stratum is calculated in accordance with the sampling rate, the maximum number of occasions that a unit may remain in the sample, and the minimum number of occasions it must stay out of the sample. Once the original in-sample panels are selected, sample rotation may be performed by periodically dropping a panel from the current sample and adding a new panel.

### Data Collection

Data collection, data capture, preliminary edit and follow-up of non-respondents are all performed in the seven Statistics Canada regional offices. Sampled companies are contacted either by mail or telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are performed simultaneously to ensure the validity of the data. Collection entities, from which no response has been received or whose data may contain errors, are followed up immediately. Data and frame updates are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during each cycle.

These revised procedures have resulted in much improved response rates (approximately 90% response is achieved for preliminary estimates).

### Statistical Edit and Imputation

Data is analyzed within each trade group and geographic region. Extreme values are listed for manual inspections in an order of priority determined by the magnitude of the deviation from average behaviour. Records which fail the statistical edit are considered as outliers and are not used in calculating imputation variables (such as monthly trends) used by the imputation system.

For records which do not respond on time or whose reported sales fail preliminary edits, an estimate is imputed. A variety of imputation methods are available and the selection of the

Afin de déterminer la taille des échantillons pour les branches d'activité selon la strate géographique, on calcule la variance et le total des ventes dans chaque sous-strate et on utilise les résultats pour la répartition. Celle-ci se fait suivant une méthode qui permet de calculer le nombre d'unités à prélever dans la strate à tirage partiel à partir des deux critères suivants: le coefficient de variation requis pour la strate et, bien sûr, le nombre total d'unités d'échantillonnage de l'enquête.

L'échantillon initial a été prélevé à la fin de 1988 et a été rafraîchi chaque mois par l'introduction d'un échantillon de nouvelles unités de la population. Les unités de la base de sondage sont réparties aléatoirement entre un nombre établi de panneaux à l'intérieur de chaque sous-strate, ce qui permet non seulement de mettre à jour l'échantillon par l'ajout de nouvelles unités mais aussi de réduire le fardeau de la réponse des unités des strates à tirage partiel. La présence de panneaux permet de supprimer pour un temps, par renouvellement, les entreprises sélectionnées dans les strates à tirage partiel et ainsi de réduire le fardeau de la réponse. Le nombre de panneaux de chaque sous-strate est calculé en fonction du taux d'échantillonnage, du nombre maximal de cycles pendant lesquels une unité peut rester à l'intérieur de l'échantillon et du nombre minimal de cycles pendant lesquels elle doit rester à l'extérieur de l'échantillon. Une fois les panneaux retenus dans l'échantillon initial choisis, le renouvellement de l'échantillon peut être effectué périodiquement par la suppression d'un panneau de l'échantillon courant et par l'ajout d'un nouveau panneau.

### Collecte des données

La collecte des données, la saisie des données, la vérification préliminaire et le suivi des non-répondants sont accomplis par les sept bureaux régionaux de Statistique Canada. On communique avec les entreprises échantillonnées par la poste ou par téléphone, selon ce qu'elles préfèrent. La saisie des données et la vérification préliminaire sont effectuées en même temps afin de garantir la validité des données. On fait immédiatement le suivi pour les entités de collecte qui n'ont pas répondu ou pour celles dont les données contiennent des erreurs. Les mises à jour aux données et à la base sont transmises à Ottawa et elles sont entrées dans la base de données de l'enquête à plusieurs reprises au cours de chaque cycle.

Ces procédures révisées ont eu pour conséquence de meilleurs taux de réponse (on obtient environ 90% de réponses pour les estimations provisoires).

### Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées à l'intérieur de chaque groupe de commerce et région géographique. Les valeurs extrêmes sont inscrites sur une liste, pour qu'on puisse en faire un contrôle manuel, suivant un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui sont rejetés à la vérification statistique sont considérés comme des valeurs aberrantes et ne servent pas au calcul des variables d'imputation (comme les tendances mensuelles) utilisées par le système d'imputation.

On impute une estimation aux enregistrements des entreprises n'ayant pas répondu à temps ou dont les ventes déclarées ont été rejetées à la vérification



method is done automatically by the system depending on the availability of the required data. Methods within the system include using a monthly or yearly trend, the cell mean, annual data divided by twelve, or historical values. If there is insufficient data for an imputation cell (trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells.

There is an identifiable lag between the time a business opens and its appearance on our survey frame. To compensate for the effect this time lag has on monthly estimates, sales for sample births are imputed back to the later of the actual date of birth or the beginning of the previous year. Backward imputation for births is accomplished using inverse monthly trends and produces an improved level estimate for revised data.

### Estimation

Total retail sales are estimated by increasing the in-sample sales results by an estimation weight. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. The weights are subsequently adjusted for achieved sample size, in order to inflate the estimate to represent the entire current population. The calculated weighted sales values are summed by their domain, to produce the total sales estimates by stratum. A domain is defined as the most recent classification values available from the CFDB for the statistical entity and the survey reference period. These domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size, industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

Period-to-period comparisons can reflect factors other than a general sales trend, such as adjustments to the sample and reclassification of sampled firms to different trade groups. They should therefore be used with caution.

### Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented in the non-integrated portion of the CFDB. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of these businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses which were derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner operated retail businesses in Canada.

### Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The first measure is referred to as retail trade

préliminaire. Diverses méthodes d'imputation sont utilisées, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Le système peut notamment utiliser les tendances mensuelles ou annuelles, la moyenne de la cellule, les données annuelles divisées par douze ou les valeurs historiques. S'il manque des données pour la cellule d'imputation (groupe de commerce par région géographique), celle-ci est automatiquement combinée avec des cellules semblables.

Il y a un décalage perceptible entre le moment où l'entreprise ouvre ses portes et celui où elle figure dans la base de l'enquête. Afin de compenser l'effet de ce retard sur les estimations mensuelles, on impute à rebours, jusqu'à la date de création de la nouvelle unité ou jusqu'au début de l'année précédente (selon la plus lointaine des deux dates), les ventes des nouvelles unités de l'échantillon. L'imputation à rebours des nouvelles unités repose sur les tendances mensuelles inverses et produit une estimation de meilleur niveau pour les données révisées.

### Estimation

On estime le total des ventes au détail en affectant d'un coefficient d'estimation les chiffres des ventes des unités échantillonnées. Un poids égal à l'inverse de la probabilité de sélection est attribué au départ à chaque entité. Les poids sont ensuite ajustés en fonction de la taille de l'échantillon obtenu, ce qui permet de gonfler l'estimation pour qu'elle représente l'ensemble de la population courante. Les chiffres des ventes pondérés ainsi calculés sont additionnés par domaine ce qui donne les ventes totales estimatives par strate. Par domaine, on entend les valeurs de classification les plus récentes disponibles dans la BDRC pour l'entité statistique et la période de référence de l'enquête. Les domaines peuvent être différents de la strate d'échantillonnage initiale lorsque la taille, la branche d'activité ou l'emplacement des unités représentées par les enregistrements ont subi des modifications. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

Les comparaisons d'une période à l'autre peuvent traduire des facteurs autres qu'une tendance générale des ventes, par exemple la modification de l'échantillon et la reclassification des firmes échantillonnées à d'autres groupes commerciaux. Il faut donc les utiliser avec prudence.

### Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30,000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

### Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle commerce de détail en



in current dollars and the latter as retail trade in constant dollars. In theory, the method of calculation for the first of these two measures is by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. The method of calculating the second measure is to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed in the same selected base period (e.g. year 1986).

Presently, there are no estimates of the current values of retail trade by commodity. They are calculated mainly by adjusting the results of the 1989 retail commodity survey so that they are coherent with the commodity balances in the latest version of the input-output tables. These values are divided by the most appropriate price index taken mostly exclusively from the Consumer Price Index (CPI). These indexes have sales taxes removed from them, since by definition, retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these commodity values. The result, which is an approximate total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimate to yield an implicit price deflator.

dollars courants et la seconde commerce de détail en dollars constants. En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de vente au détail. La méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ces mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (p.e.: année 1986).

Il n'existe, présentement, aucune estimation des valeurs en dollars courants du commerce de détail par produits. Ces approximations sont calculées principalement en ajustant les résultats de l'enquête des marchandises vendues au détail de 1989 pour les rendre cohérents avec les balances des produits de la plus récente version des tableaux d'entrées-sorties. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant presque exclusivement de l'Indice des prix à la consommation (IPC). Ces indices excluent les taxes de vente car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. Donc la valeur totale du commerce de détail en dollars constants est obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. L'indice implicite de dégonflement est calculé en divisant l'estimation en dollars courants par l'approximation des ventes totales en dollars constants.



## APPENDIX III

### Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

### Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of different kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

#### Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

#### Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from

## APPENDICE III

### Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

### Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

#### Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations d'un interviewer à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

**La non-réponse.** Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des



responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc..

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

#### Measures of Sampling and Non-sampling Errors

##### Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms.

statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération, la totalisation, etc..

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; et on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

##### Évaluation de l'erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme valeur probable l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la **valeur probable** est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. La **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'**erreur-type**, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**, c'est-à-



The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

In this publication, the coefficient of variation is used to measure the sampling error of the estimates. However, since the coefficient of variation published for this survey is calculated from the responses of individual units, it also measures some non-sampling error.

The formula used to calculate the published coefficients of variation in Table 4 is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

where X denotes the estimate and S(X) denotes the standard error of X.

In this publication, the error of X is expressed as a percentage.

Confidence intervals can be constructed around the estimate using the estimate and the coefficient of variation. Thus, for our sample, it is possible to state with a given level of confidence that the expected value will fall within the confidence interval constructed around the estimate. For example, if an estimate of \$12,000,000 has a coefficient of variation of 10%, the standard error will be \$1,200,000 or the estimate multiplied by the coefficient of variation. It can then be stated with 68% confidence that the expected value will fall within the interval whose length equals the standard deviation about the estimate, i.e., between \$10,800,000 and \$13,200,000. Or, it can be stated with 95% confidence that the expected value will fall within the interval whose length equals two standard deviations about the estimate, i.e., between \$9,600,000 and \$14,400,000.

### Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the response fractions are given in Table 4. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five

dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

Dans cette publication, on utilise le coefficient de variation pour évaluer l'erreur d'échantillonnage des estimations. Cependant, puisque le coefficient de variation publié pour cette enquête est calculé à partir des réponses des unités, il mesure aussi une certaine erreur non liée à l'échantillonnage.

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau 4:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation et S(X) est l'écart-type de X.

L'erreur de X est exprimée en pourcentage dans cette publication.

L'estimation et le coefficient de variation nous permettent de construire des intervalles de confiance autour de l'estimation. Ainsi, pour notre échantillon, on peut affirmer qu'avec une confiance donnée, la valeur probable est comprise dans l'intervalle de confiance construit autour de l'estimation. Par exemple, si le coefficient de variation d'une estimation de \$12,000,000 est égal à 10%, l'écart-type sera de \$1,200,000, soit l'estimation multipliée par le coefficient de variation. Alors, on peut affirmer avec une confiance de 68% que la valeur probable sera contenue dans l'intervalle d'une longueur égale à un écart-type autour de l'estimation, soit entre \$10,800,000 et \$13,200,000. Ou encore, on peut affirmer avec une confiance de 95% que la valeur probable sera contenue dans l'intervalle d'une longueur de deux écart-types autour de l'estimation, soit entre \$9,600,000 et \$14,400,000.

### Évaluation de l'erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites auparavant. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Une source d'erreur non liée à l'échantillonnage est l'erreur due à la non-réponse. Le tableau 4 présente les fractions de réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. La **fraction de réponse** est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule



respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

### **Joint Interpretation of Measures of Error**

The measure of non-response error as well as the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%.

### **Interprétation simultanée des mesures d'erreur**

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation sera bas et que la fraction de réponse sera élevée, meilleure sera l'estimation publiée.



## APPENDIX IV

### Seasonal Adjustment

Economic time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: They are statistical records of the evolution of economic processes through time<sup>1</sup>. In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, climatic or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X11ARIMA/88 seasonal adjustment method<sup>2</sup> to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data to the end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X11ARIMA/88 program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are executed every month. This approach ensures that the estimated seasonal factors are derived from an unadjusted series which includes all the available information about the series, i.e., the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

1 A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series, *Canada Statistical Review*, August 1974.

2 For further information see the *X11ARIMA/88 Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada.

## APPENDICE IV

### Désaisonnalisation

Les séries économiques temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps<sup>1</sup>. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: le mouvement à long terme ou tendance, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, climatiques ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X11ARMMI/88<sup>2</sup> afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à l'extrémité de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X11ARMMI/88 fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises. Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales sont exécutées à chaque mois. Cette approche garantit que la série non-désaisonnalisée, à partir de laquelle sont calculées les estimations des facteurs saisonniers, inclut toutes les données les plus récentes relativement à ladite série, c.-à-d., les données non-désaisonnalisées qui portent sur le mois courant et les données non-désaisonnalisées révisées du mois précédent.

1 La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

2 Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X11ARMMI/88*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada.



While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements. To get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

The Canada seasonally adjusted total is derived indirectly by the summation of the individually seasonally adjusted kinds of business.

#### **Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates**

Seasonally adjusted constant dollar estimates are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the National Accounts and Environment Division. The total constant dollar seasonally adjusted estimates are derived by employing the indirect seasonal adjustment method.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers. Pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

Le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de façon indirecte en faisant la somme des genres de commerce désaisonnalisés séparément au préalable.

#### **Estimation désaisonnalisées en dollars constants**

Les estimations désaisonnalisées en dollars constants sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des Comptes Nationaux et de l'Environnement. Les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation indirecte.



## APPENDIX V

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## ANNEXE V

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>
6331	Gasoline service stations
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>
6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>
6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>
6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>
6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>
6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

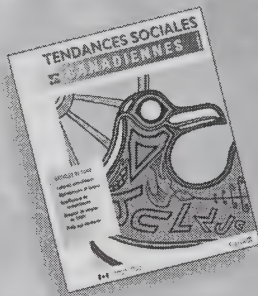
<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



## Canadians in the spotlight



## Pleins feux sur les Canadiens



**S**ociety is changing rapidly. It's a constant challenge for you to stay informed about the important social issues and trends affecting us all. **Canadian Social Trends** helps you to meet that challenge successfully by bringing you dynamic and invaluable social analysis in a clear, concise and highly readable format.

Each issue of this popular Statistics Canada quarterly brings key elements of Canadian life into the spotlight — care-giving, literacy, students, young families, ethnicity, seniors. The easy-to-read articles draw from a wide range of demographic, social and economic data sources. Tables and charts highlight key points. A Social Indicators table tracks change.

Social science professionals, researchers, business and policy analysts, educators, students and the general public rely on **Canadian Social Trends**. Subscribing today will help you keep abreast of change, evaluate social conditions, plan programs or services and much more!

Visit the "In-Depth" section of our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) to view some recent articles.

### Subscribe today! You won't want to miss a single issue!

Only \$36 (plus either HST or GST and applicable PST) annually in Canada and US\$36 outside Canada! To order **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XPF), write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1 800 889-9754, call 1 800 267-6677 or send an e-mail: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Subscribe on our Web site to the downloadable version of **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XIE) for only \$27 in Canada, US\$27 outside Canada. URL: [www.statcan.ca/cgi-bin/download/tepub.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/download/tepub.cgi)

**L**a société évolue rapidement. Et vous devez constamment chercher à demeurer au fait des questions et des tendances sociales importantes qui touchent chacun de nous. **Tendances sociales canadiennes** vous aide à relever ce défi avec succès en vous présentant une analyse sociale à la fois dynamique et d'une valeur inestimable dans un texte clair, concis et fort compréhensible.

Chaque numéro de ce populaire trimestriel de Statistique Canada s'intéresse à des éléments clés de la vie canadienne tels que les soins, l'alphabétisme, les étudiants, les jeunes familles, l'origine ethnique et les personnes âgées. De lecture facile, les articles qu'on y trouve puisent dans une foule de sources de données démographiques, sociales et économiques. Des tableaux et des graphiques en illustrent les points saillants. Un tableau des indicateurs sociaux permet de suivre l'évolution des choses.

Les professionnels des sciences sociales, les chercheurs, les analystes du monde des affaires et des politiques, les enseignants, les étudiants et le grand public se fient à **Tendances sociales canadiennes**. Vous abonner aujourd'hui vous aidera à rester à la fine pointe du changement, à évaluer la conjoncture sociale, à planifier des programmes ou des services et plus encore!

Visitez la section « En profondeur » de notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) pour consulter certains des articles publiés récemment.

### Abonnez-vous aujourd'hui! Vous ne saurez vous passer d'un seul numéro!

Seulement 36 \$ par année (plus, soit la TVH, soit la TPS et la TVP en vigueur) au Canada et 36 \$ US à l'extérieur du Canada! Pour commander **Tendances sociales canadiennes** (n° 11-008-XPF au cat.), écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication). Vous pouvez passer votre commande par télécopieur au 1 800 889-9754, par téléphone au 1 800 267-6677 ou par courriel à : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Abonnez-vous sur notre site Web à la version téléchargeable (n° 11-008-XIE au cat.) pour seulement 27 \$ par année au Canada, 27 \$ US à l'extérieur du Canada. URL : [www.statcan.ca/cgi-bin/download/tepub.f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/download/tepub.f.cgi)





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my:

☐ VISA

☐ MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature

☐ Payment enclosed \$

☐ Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.	SUBTOTAL
▶ Subscription will begin with the next issue to be released.	DISCOUNT (if applicable)
▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)
▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)
▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)
▶ GST Registration # R121491807	GRAND TOTAL
	PF 097019

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada





# Canada



# What class of business are you in?

**NAICS Canada 1997 . . .**  
an indispensable reference tool for understanding the burgeoning economies of Canada, the United States and Mexico!

**M**onitoring business and economic activity just got simpler! The **North American Industry Classification System (NAICS) Canada 1997**, replaces the 1980 Standard Industrial Classification (SIC) system. **NAICS Canada 1997** identifies many new industries and categories. Now, you can access up-to-date information on the growth and diversification of economic activity in recent decades.

Whatever business you are in, chances are you'll want to get your hands on this **ground-breaking** tool! **NAICS Canada 1997** provides, for the **first time**, a common framework for the **collection of comparable production data for NAFTA's three trade partners** ... making it **easier than ever** to compare financial and economic statistics between Canada, the United States and Mexico!

What's more, you can get the information you need in the format you want: **NAICS Canada 1997** is available both in a durable hardcover book and on CD-ROM. The portable-size manual, with its detailed index, makes a handy desktop reference while the user-friendly CD-ROM allows you to access comprehensive industry information quickly and easily.

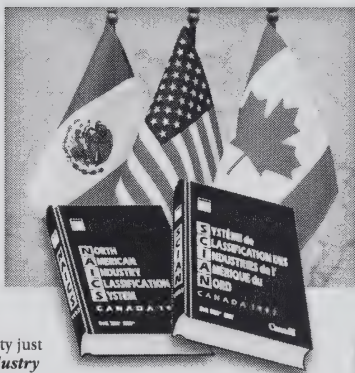
**NAICS Canada 1997** is indispensable for all suppliers and users of economic data in industry, business, governments, banks, trade associations, academia, research and elsewhere. Use this first-of-its-kind resource to make more informed business and policy decisions and to enhance your professional productivity!

## NAICS Canada 1997 . . .

- ▶ allows **every** business to see precisely to which industry it belongs ... essential for assessing business performance
- ▶ differentiates between
  - ▷ industries where all three countries produce **common** comparable data
  - ▷ industries **unique** to Canada
- ▶ recognizes the emergence of the new service economy, including the growing high tech industries as well as health care and social services
- ▶ identifies 921 industries in 20 sectors.

In an economy where change is a constant factor, **first class** information is essential to **your** success! Order your copy of **NAICS Canada 1997** today!

**NAICS Canada 1997** (Cat. No. 12-501-XPE) costs \$45 (plus GST/HST and applicable PST). The bilingual CD-ROM version of **NAICS Canada 1997** (Cat. No. 12-501-XCB) costs \$100 (plus GST/HST and applicable PST). To order, **CALL** toll-free at 1 800 267-6677, **FAX** your VISA, MasterCard order to 1 800 889-9734 or **MAIL** your order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. You may also order via e-mail: **order@statcan.ca**.



# À quelle classe votre entreprise appartient-elle?

**SCIAN Canada 1997 . . .**  
un outil de référence indispensable pour comprendre les économies florissantes du Canada, des États-Unis et du Mexique!

**I**l est désormais plus facile de suivre l'activité commerciale et économique! Le **Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) Canada 1997** remplace la Classification type des industries (CTI) de 1980. Le **SCIAN Canada 1997** compte bon nombre de nouvelles classes et catégories. Vous pouvez maintenant avoir accès à des renseignements à jour sur la croissance et la diversification de l'activité économique au cours des dernières décennies.

Peu importe votre secteur d'activité, vous ne voudrez pas rater l'occasion de mettre la main sur cet outil **novateur**! Le **SCIAN Canada 1997** offre, pour la **première fois**, un cadre commun de **collecte de données de production comparables pour les trois partenaires de l'ALENA**. Il est donc plus facile que jamais de comparer les statistiques financières et économiques du Canada, des États-Unis et du Mexique!

De plus, vous pouvez obtenir l'information que vous désirez dans le format de votre choix : le **SCIAN Canada 1997** est offert sous la forme d'un livre cartonné durable et sur CD-ROM. Le manuel de format pratique comprend un index détaillé et constitue un ouvrage de référence maniable, tandis que le CD-ROM conviviaux vous donne accès facilement et rapidement à des données complètes sur l'activité économique.

Le **SCIAN Canada 1997** est un outil indispensable pour tous les fournisseurs et les utilisateurs de données économiques dans le secteur privé, les entreprises, les administrations publiques, les banques, les associations professionnelles, le milieu universitaire, le milieu de la recherche et d'autres secteurs d'activité. Utilisez cet outil innovateur pour prendre des décisions plus éclairées en matière de gestion ou d'orientation et pour accroître votre productivité professionnelle!

## SCIAN Canada 1997 . . .

- ▶ permet à **chaque** entreprise de déterminer avec précision la classe à laquelle elle appartient; un mécanisme essentiel pour évaluer son rendement;
- ▶ établit une distinction entre
  - ▷ les classes d'activité pour lesquelles les trois pays produisent des données **communes** comparables
  - ▷ et les classes **propres** au Canada;
- ▶ reconnaît l'émergence de la nouvelle économie de services, notamment du secteur florissant de la haute technologie de même que du secteur de la santé et des services sociaux;
- ▶ définit 921 classes réparties dans 20 secteurs.

Dans une économie en constante mutation, le succès de **votre** entreprise dépend de l'accès à des données de **premier ordre**! Commandez votre exemplaire du **SCIAN Canada 1997** dès aujourd'hui!

Le prix du **SCIAN Canada 1997** (n° 12-501-XPE au cat.) est de 45 \$ (TPS/TVH et TVP le cas échéant, en sus). La version bilingue du **SCIAN Canada 1997** sur CD-ROM (n° 12-501-XCB au cat.) coûte 100 \$ (TPS/TVH et TVP le cas échéant, en sus). Pour commander, **COMPOSEZ** sans frais le 1 800 267-6677, envoyez votre bon de commande (VISA ou MasterCard) par **TÉLÉCOPIEUR** au 1 800 889-9734 ou par la **POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada, K1A 0T6. Vous pouvez également communiquer avec l'un des centres de consultation de Statistique Canada dont la liste figure dans la présente publication ou encore passer votre commande par courrier électronique : **order@statcan.ca**.



Build on the range and depth of  
your knowledge and experience

# Put the power of Inter-Corporate Ownership 1998 to work for you!

**W**hen you're working to stay on top of the volatile business environment, and dealing with increased client expectations and escalating competition, you know success boils down to one thing: Performance. *Inter-Corporate Ownership 1998* helps you meet your standards of excellence by providing you with accurate, timely and comprehensive business ownership information, while saving you valuable research time. Use this definitive guide to learn at a glance who owns and controls which companies, where their head offices are located, how they fit into the corporate hierarchy, and much more.

## Knowledge = Power

*Inter-Corporate Ownership 1998* provides you with **value-added** features you simply **cannot** get anywhere else, including:

- ▶ **89,000** comprehensive company listings, with approximately **11,000** foreign parent companies
- ▶ **tens of thousands more listings** than any comparable resource
- ▶ meticulously organized data, fully indexed for quick searches and easy cross referencing
- ▶ a **choice** of formats to better meet your particular information needs:
  - ★ CD-ROM ★ hard-cover book

An indispensable resource for lawyers, analysts, investors, lobbyists, researchers and corporate executives, *Inter-Corporate Ownership 1998* will help you to:

- ▶ identify corporate pyramids and explore investment opportunities
  - ▶ pinpoint marketing opportunities and target the right decision makers
  - ▶ locate potential customers and learn about competitors
  - ▶ trace changes in foreign control and uncover export opportunities
  - ▶ fulfill due diligence requirements
- Research business ownership questions more **quickly, reliably and easily** with *Inter-Corporate Ownership 1998*. Put its powerful contents to work for you!

**Special package offers on  
ICO 98 Book & CD-ROM  
now available!**

**Save 15%-20%!**

*Inter-Corporate Ownership 1998* — Book  
(Cat. No. 61-517-XPB) is \$350.  
*Inter-Corporate Ownership 1998 on CD-ROM*  
(Cat. No. 61-517-XCB) costs \$995 for an annual  
subscription or \$350 for a single quarterly issue.  
Special Package Offers: *ICO 98 Book & CD-ROM*  
annual subscription costs \$1076;  
*ICO 98 Book & CD-ROM* current quarterly issue  
costs \$595. ALL PRICES EXCLUDE SALES TAX. For  
brief queries on individual company listings,  
contact an account executive at one of the regional  
reference centres listed  
in this publication.

To order, CALL toll-free at  
1 800 267-6677, FAX your VISA,  
MasterCard order to 1 800 889-9734 or  
MAIL your order to Statistics Canada,  
Dissemination Division, Circulation  
Management, 120 Parkdale Avenue,  
Ottawa, Ontario, K1A 0T6. Or contact  
your nearest Statistics Canada Regional  
Reference Centre listed in this  
publication. You may also order via  
E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

Soyez à la fine pointe de votre  
savoir-faire et de votre expérience

# Tirez profit de Liens de parenté entre sociétés 1998

**P**our demeurer compétitif dans le monde changeant des affaires, pour faire face à l'augmentation des attentes des clients et à l'escalade de la concurrence, vous savez que le succès se résume en un seul mot: Rendement. *Liens de parenté entre sociétés 1998* vous aide à atteindre vos normes d'excellence en vous fournissant des renseignements exacts, actuels et complets sur les sociétés, tout en vous épargnant du temps précieux de recherche. C'est un guide complet pour connaître, d'un coup d'oeil, qui possède et contrôle quelles sociétés, où se trouvent leurs sièges sociaux, comment ces sociétés s'imbriquent dans la hiérarchie globale et bien d'autres renseignements.

## Savoir-faire = Pouvoir

*Liens de parenté entre sociétés 1998* vous procure des caractéristiques à **valueur ajoutée** que vous ne pouvez tout simplement pas retrouver ailleurs, y compris :

- ▶ **89 000** inscriptions détaillées, dont celles d'environ **11 000** sociétés-mères étrangères
- ▶ **des dizaines de milliers d'inscriptions de plus** que toute source comparable
- ▶ des données rassemblées avec précision, entièrement indexées pour des recherches rapides et des renvois faciles
- ▶ un **choix** de formats pour mieux satisfaire vos besoins particuliers :
  - ★ CD-ROM ★ livre relié

Une source indispensable pour les juristes, les analystes, les investisseurs, les lobbyistes, les chercheurs et les chefs d'entreprises, *Liens de parenté entre sociétés 1998* vous aidera à :

- ▶ identifier les hiérarchies des sociétés et à explorer des possibilités d'investissements
- ▶ pointer les possibilités de marketing et à cibler les vrais décideurs
- ▶ reconnaître des clients potentiels et à connaître vos concurrents
- ▶ suivre les changements de propriété à l'étranger et à découvrir des débouchés à l'exportation
- ▶ répondre à des exigences de «célérité raisonnable»

*Liens de parenté entre sociétés 1998* répond **plus rapidement, plus adéquatement et plus facilement** aux questions sur les différentes sociétés. Mettez son incroyable contenu à votre service!

Pour commander, **TÉLÉPHONEZ** sans frais au 1 800 267-6677, **TÉLÉCOPIEZ** vos commandes par VISA ou MasterCard au 1 800 889-9734 ou **POSTEZ** votre commande à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec votre Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication. Vous pouvez aussi commander par **COURRIEL** à : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

**Offres spéciales pour le livre  
LPS 1998 & le CD-ROM  
disponibles maintenant!**  
**Épargnez de 15 % à 20 %!**

*Liens de parenté entre sociétés 1998* — Livre  
(N° 61-517-XPB au catalogue) se vend 350 \$.  
*Liens de parenté entre sociétés 1998 sur  
CD-ROM* (N° 61-517-XCB au catalogue) se vend  
995 \$ pour un abonnement annuel ou 350 \$ pour  
un seul numéro trimestriel. Offres spéciales : *LPS  
1998 Livre & CD-ROM* abonnement annuel pour  
1076 \$; *LPS 1998 Livre & CD-ROM* numéro  
trimestriel courant pour 595 \$. **TOUS LES PRIX  
N'INCLUENT PAS LES TAXES DE VENTE.** Pour de  
brèves interrogations sur des entreprises  
individuelles, communiquez avec une des  
personnes-ressources à un des centres de  
consultation inscrits dans la présente publication.





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

March 1999

N°63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Mars 1999

Commerce de  
détail  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

March 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Mars 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

May 1999

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 3  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 3  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Mai 1999

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 3  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 3  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinaux. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	viii
For Further Reading	x

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	26
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	28

## Appendix

I. Definitions	31
II. Trade Group Coverage	32

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	viii
Lectures suggérées	x

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	28

## Appendice

I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	32



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro d' février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Advancing sales in all sectors pushed total retail sales up 1.1% in March to \$21.3 billion following a 0.2% decline in February. Retailers have enjoyed rising sales since the fall of 1998 following a period of stagnation in the spring and summer of 1998. Previously, retail sales had generally been increasing since the beginning of 1996.

Strong growth in retail sales in January (+2.1%) and March (+1.1%) has resulted in a 2.6% increase in the first quarter of 1999 compared with the last quarter of 1998. This was the strongest quarterly increase since the last quarter of 1996. Advancing retail sales in the first quarter of 1999 may be partly attributable to rising employment in the last half of 1998 and historically low interest rates.

The automotive sector (+1.8%) and retail stores classified in the "other" (+1.5%) category led the increases from February to March. On a quarterly basis, general merchandise stores (+4.5%) and stores in the automotive sector (+3.6%) led the increases.

### Motor vehicle sales accelerated

Retail sales in the automotive sector advanced for a fifth consecutive month in March - posting the largest monthly increase (+1.8%) of all sectors. Representing about 40% of all retail sales, the automotive sector accounted for about two-thirds of the increased sales reported in March. This sector has been the engine of retail sales growth recently, increasing 6.7% since October 1998 (the most recent low point in sales for the sector). This has helped push up total retail sales (+4.0%) over the same period.

Within the automotive sector in March, gasoline service stations reported the largest monthly gain (+2.5%). Prices of gasoline rose 3.5% from February due to increased demand in North America and reduced world supply. The last time such a large monthly gain in gasoline prices occurred was in August 1997. Except for March, sales by gasoline service stations and gasoline prices have generally been declining since the fall of 1997.

In March, motor and recreational vehicle dealers (+1.6%) reported their fifth consecutive monthly gain in sales. Sales by motor and recreational vehicle dealers grew considerably since October 1998 (+9.4%) after advancing more slowly during the rest of 1998 and most of 1997. Prior to the spring of 1997, motor and recreational vehicle dealers enjoyed a period of

## Faits saillants

En mars, une augmentation des ventes dans tous les secteurs a entraîné une hausse de 1,1 % des ventes totales au détail, qui s'établissaient alors à 21,3 milliards de dollars, après un recul de 0,2 % en février. Depuis l'automne 1998, les détaillants ont profité d'une hausse des ventes, après une période de stagnation au cours du printemps et de l'été 1998. Avant le printemps 1998, les ventes au détail avaient généralement augmenté depuis le début de 1996.

Une forte hausse des ventes au détail en janvier (+2,1 %) et en mars (+1,1 %) a résulté en une progression de 2,6 % au premier trimestre de 1999 par rapport au dernier trimestre de 1998. Il s'agit de la plus forte augmentation trimestrielle depuis le dernier trimestre de 1996. La hausse des ventes au détail au cours du premier trimestre de 1999 peut être attribuable en partie à une augmentation de l'emploi au cours de la deuxième moitié de 1998 et à des taux d'intérêt historiquement bas.

Le secteur de l'automobile (+1,8 %) et les magasins de vente au détail appartenant à la catégorie « autres » (+1,5 %) ont mené au chapitre des augmentations de février à mars. Les magasins de marchandises diverses (+4,5 %) et les magasins du secteur de l'automobile (+3,6 %) venaient en tête au chapitre des augmentations trimestrielles.

### Les ventes de véhicules automobiles accélèrent

Dans le secteur de l'automobile, les ventes au détail ont enregistré une cinquième augmentation mensuelle consécutive en mars, affichant la plus importante hausse mensuelle (+1,8 %) de tous les secteurs. Le secteur de l'automobile, qui représente environ 40 % de l'ensemble des ventes au détail, représentait près des deux tiers de l'augmentation des ventes signalée en mars. Ce secteur a été récemment le moteur de la croissance des ventes au détail, enregistrant une augmentation de 6,7 % depuis octobre 1998 (le plus récent plancher dans les ventes de ce secteur). Cette croissance a contribué à l'augmentation des ventes totales au détail (+4,0 %) au cours de la même période.

En mars, dans le secteur de l'automobile, les stations-service ont signalé la plus forte progression mensuelle (+2,5 %). Toujours en mars, le prix de l'essence a augmenté de 3,5 % par rapport au mois précédent, principalement en raison d'une hausse de la demande en Amérique du Nord et d'une baisse de l'approvisionnement mondial. C'est en août 1997 qu'on avait enregistré pour la dernière fois une hausse mensuelle aussi importante des prix de l'essence. À l'exception de mars, les ventes dans les stations-service et les prix de l'essence ont été de façon générale en baisse depuis l'automne 1997.

En mars, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+1,6 %) ont enregistré une cinquième augmentation mensuelle consécutive de leurs ventes. Depuis octobre 1998, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont augmenté de façon importante (+9,4 %), après avoir progressé plus lentement plus tôt au cours de cette année-là et pendant la plus grande partie de



strong increases since the middle of 1996, which was similar to the one currently in progress.

### Other sectors also moved ahead in March

Retail stores classified in the "other" category (+1.5%) followed closely the automotive sector in terms of percentage increase in March. The strength in the "other" category came mostly from "other semi-durable" goods stores (+4.4%). These stores include a wide range of merchants (for example, hardware, book, gift, toy and paint stores). Overall, sales in "other retail" stores have been increasing since the beginning of 1997.

Sales in clothing stores advanced 1.3% in March. Rising sales in the last three months have resulted in a 1.7% increase in clothing store sales for the first quarter of 1999. From the spring to the end of 1998, sales in clothing stores had remained generally flat after more than two years of general increases.

In March, food stores (+0.5%), drug stores (+0.4%), furniture stores (+0.4%) and general merchandise stores (+0.3%) posted similar monthly increases.

Since the fall of 1998, sales in food stores and general merchandise stores turned upwards after flattening out in the spring and summer of 1998. Previously, sales in these two types of stores had generally been increasing since early 1996. Rising sales in drug stores in the first quarter of 1999 indicate a resumption of growth in this sector after a relatively flat 1998. Despite signs of weakness in the last few months, furniture stores continued to show increasing sales since the spring of 1996.

### Strong first quarter for Quebec retailers

At a regional level, Quebec retailers registered the strongest sales increase in Canada in the first quarter of 1999 (+3.7%) compared with the last quarter of 1998. This was the strongest quarterly increase in Quebec since the last quarter of 1996. Led by stores in the automotive sector and general merchandise stores, all sectors in Quebec had higher sales in the first quarter of 1999 compared with the previous quarter. Retail sales in Quebec had generally been increasing since the spring of 1996 with pauses in the summers of 1997 and 1998.

Retailers in Atlantic Canada posted a 3.4% increase in sales in the first quarter of 1999. This was the strongest quarterly increase of the last three years for Atlantic Canada. With the exception of drug stores, all sectors showed advancing sales in the first quarter of 1999 in the region. Retail sales in Atlantic Canada have picked up since the fall of 1998 after a period of stagnant sales in the spring and summer of 1998. Previously, sales had generally been increasing since the spring of 1995.

1997. Avant le printemps 1997, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs avaient profité d'une période d'augmentations importantes depuis le milieu de 1996, période semblable à celle que l'on observe actuellement.

### Les autres secteurs progressent également en mars

Les magasins de vente au détail appartenant à la catégorie « autres » (+1,5 %) suivaient de près le secteur de l'automobile pour ce qui est du pourcentage d'augmentation en mars. Le dynamisme des magasins de la catégorie « autres » est venu principalement des « autres magasins de produits semi-durables » (+4,4 %). Ces magasins englobent un grand éventail de marchands (par exemple, ceux qui vendent de la quincaillerie, des cadeaux, des jouets, de la peinture et les librairies). Dans l'ensemble, les ventes au détail dans les magasins de la catégorie « autres » ont été en hausse depuis le début de 1997.

En mars, les ventes des magasins de vêtements ont augmenté de 1,3 %. La hausse des ventes des magasins de vêtements au cours des trois derniers mois a donné lieu à une augmentation de 1,7 % des ventes pour le premier trimestre de 1999. Entre le printemps et la fin de l'année 1998, les ventes des magasins de vêtements sont demeurées généralement ternes, après avoir enregistré des augmentations générales pendant deux ans.

En mars, les magasins d'alimentation (+0,5 %), les pharmacies (+0,4 %), les magasins de meubles (+0,4 %) et les magasins de marchandises diverses (+0,3 %) ont tous enregistré des hausses mensuelles semblables de leurs ventes.

Depuis l'automne 1998, les ventes dans les magasins d'alimentation et dans les magasins de marchandises diverses ont amorcé une montée, après avoir stagné au cours du printemps et de l'été 1998. Auparavant, les ventes de ces deux catégories de magasins avaient de façon générale été en hausse depuis le début de 1996. L'augmentation des ventes des pharmacies au cours du premier trimestre de 1999 montre une reprise de la croissance de ce secteur qui avait connu des ventes ternes en 1998. Malgré des signes de faiblesse au cours des derniers mois, les magasins de meubles ont continué d'enregistrer une augmentation de leurs ventes depuis le printemps 1996.

### Solide premier trimestre pour les détaillants du Québec

À l'échelon régional, les détaillants du Québec ont enregistré la plus forte augmentation des ventes au Canada au cours du premier trimestre de 1999 (+3,7 %) par rapport au dernier trimestre de 1998. Il s'agit de la plus forte augmentation trimestrielle au Québec depuis le dernier trimestre de 1996. Tous les secteurs au Québec, ceux de l'automobile et des magasins de marchandises diverses en tête, ont affiché des ventes supérieures au cours du premier trimestre de 1999 par rapport au précédent. Les ventes au détail au Québec ont de façon générale été en hausse depuis le printemps 1996, marquant des pauses au cours de l'été 1997 et 1998.

Dans les provinces de l'Atlantique, les détaillants ont enregistré une augmentation des ventes au cours du premier trimestre de 1999 (+3,4 %). Il s'agissait de la plus forte augmentation trimestrielle des trois dernières années pour les provinces de l'Atlantique. À l'exception des pharmacies, tous les secteurs ont affiché une augmentation des ventes au cours du premier trimestre de 1999 dans la région de l'Atlantique. Dans les provinces de l'Atlantique, les ventes au détail ont repris depuis l'automne 1998, après avoir stagné au cours du printemps et de l'été 1998. Auparavant, les ventes avaient de façon générale été en hausse depuis le printemps 1995.



In Ontario, retail sales in the first quarter of 1999 were 2.9% higher than in the last quarter of 1998. With both the automotive sector and general merchandise stores leading the way, all sectors contributed to the advancing sales. In general, Ontario retailers have reported continuing strength since the middle of 1996.

Retail sales in the Prairie provinces increased 1.6% in the first quarter of 1999 compared with the previous quarter. This increase was spread across sectors with the exception of a small decline in food stores. Sales in the Prairies picked up slightly in the last few months following a period of flat sales that started at the beginning of 1998.

Consumers in British Columbia increased spending in stores by 0.8% in the first quarter of 1999 compared with the last quarter of 1998. This was the first quarterly increase since the second quarter of 1998 where sales grew by 0.2%. A decline in the automotive sector in the first quarter of 1999 masked the strong increases observed in the remaining retail sectors.

### Related indicators for April

Total employment remained unchanged in April (+0.1%) at about the same level as in the previous three months. After two months of advances, the number of housing starts declined 3.3% in April.

En Ontario, les ventes au détail au cours du premier trimestre de 1999 étaient de 2,9 % supérieures à celles du dernier trimestre de 1998. Tous les secteurs ont contribué à l'augmentation des ventes, le secteur de l'automobile et celui des magasins de marchandises diverses menant la marche. De façon générale, les détaillants en Ontario ont signalé un dynamisme continu depuis le milieu de 1996.

Dans les provinces des Prairies, les ventes au détail ont augmenté de 1,6 % au cours du premier trimestre de 1999 par rapport au trimestre précédent. Cette augmentation était répartie dans tous les secteurs, à l'exception d'une faible baisse dans les magasins d'alimentation. Les ventes dans les provinces des Prairies ont repris légèrement au cours des derniers mois, après une période de stagnation qui remontait au début de 1998.

En Colombie-Britannique, les dépenses des consommateurs dans les magasins ont augmenté de 0,8 % au cours du premier trimestre de 1999 par rapport au dernier trimestre de 1998. Il s'agissait de la première augmentation trimestrielle depuis le deuxième trimestre de 1998, alors que les ventes avaient progressé de 0,2 %. Un recul dans le secteur de l'automobile au cours du premier trimestre de 1999 a terni les fortes augmentations observées dans tous les autres secteurs de vente au détail.

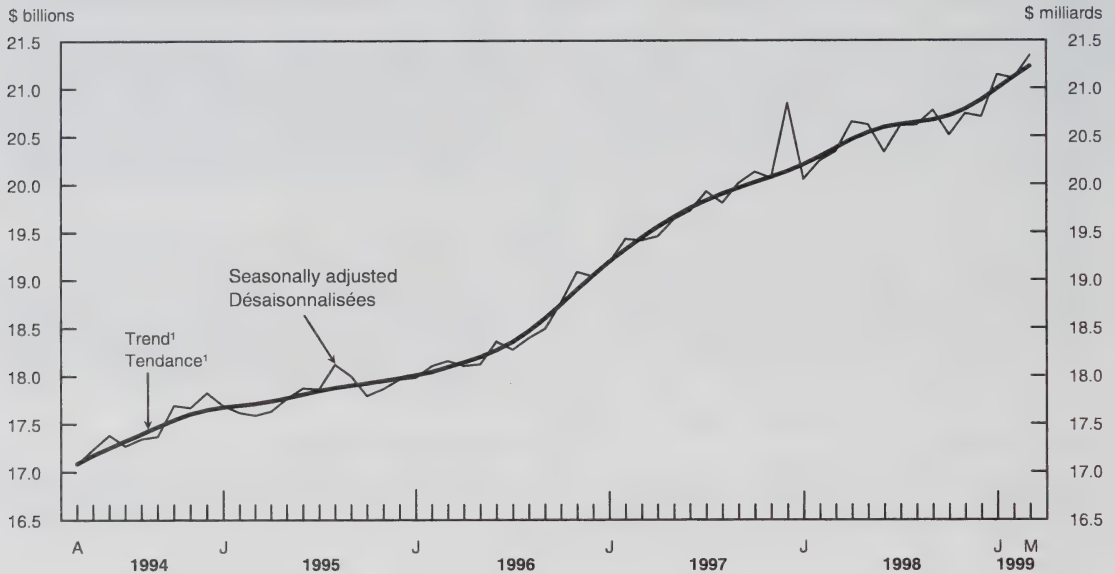
### Indicateurs connexes pour avril

L'emploi total est demeuré inchangé en avril (+0,1 %), soit à peu près au même niveau qu'au cours des trois mois précédents. Après deux mois d'augmentations, le nombre de mises en chantier a reculé de 3,3 % en avril.



### Retail Sales – Canada

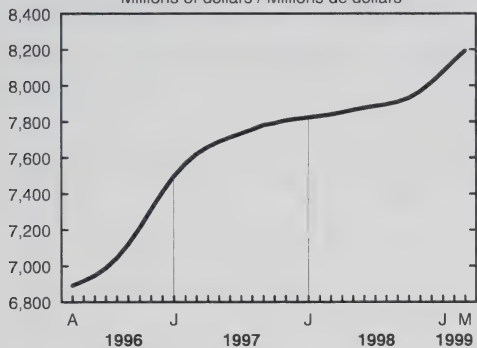
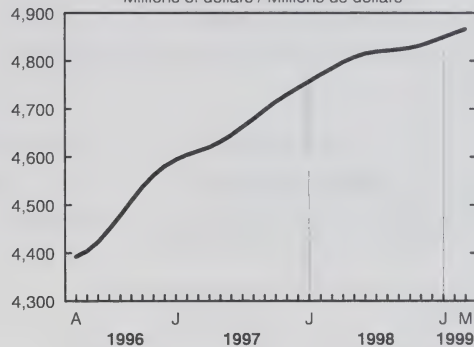
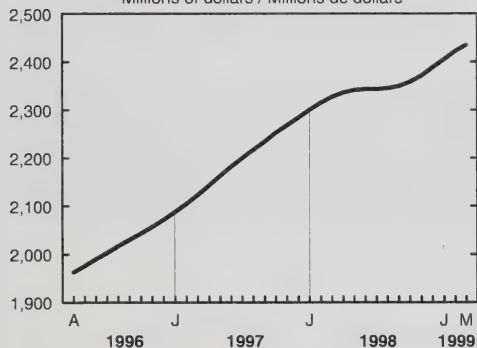
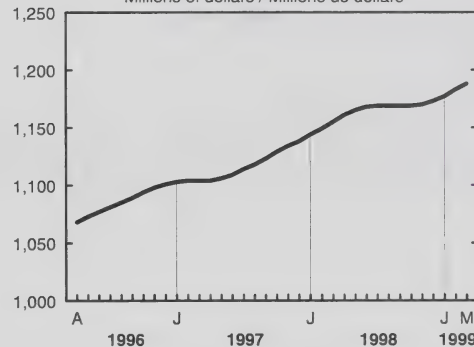
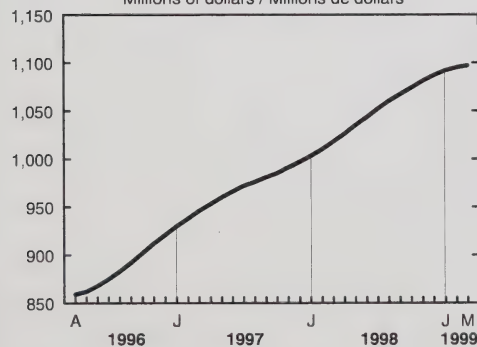
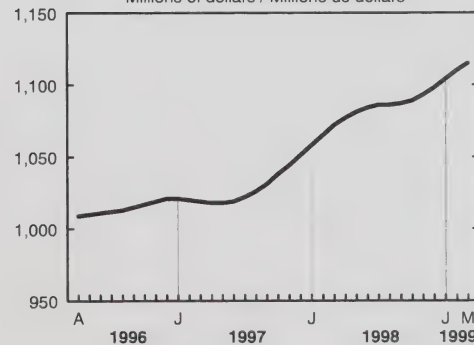
### Canada Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Médicaments**  
Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XPB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



**Statistical  
Table**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month	
	Ventes					Variation par rapport au mois précédent	
	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	March 1999 Mars	February 1999 Février
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,508.6	4,491.9	4,494.3	4,457.9	13,494.8	0.4	--
All other food stores	369.4	362.1	359.1	358.9	1,090.6	2.0	0.8
Drugs and patent medicine stores	1,117.9	1,113.5	1,103.4	1,070.4	3,334.8	0.4	0.9
Shoe stores	141.1	136.5	139.1	139.2	416.7	3.4	-1.9
Men's clothing stores	130.2	128.7	125.9	129.0	384.8	1.2	2.2
Women's clothing stores	375.4	374.6	374.9	361.8	1,124.9	0.2	--
Other clothing stores	554.4	545.3	530.7	517.8	1,630.4	1.7	2.8
Household furniture and appliance stores	890.9	888.8	891.0	881.6	2,670.7	0.2	-0.2
Household furnishings stores	208.0	205.7	205.3	207.6	619.0	1.1	0.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,740.0	5,648.8	5,556.3	5,464.6	16,945.1	1.6	1.7
Gasoline service stations	1,313.5	1,281.1	1,283.5	1,276.6	3,878.1	2.5	-0.2
Automotive parts, accessories and services	1,224.2	1,198.0	1,254.5	1,226.7	3,676.7	2.2	-4.5
General merchandise stores	2,446.5	2,440.1	2,491.0	2,369.8	7,377.6	0.3	-2.0
Other semi-durable goods stores	712.7	682.4	708.0	688.5	2,103.1	4.4	-3.6
Other durable goods stores	606.3	600.1	617.1	567.1	1,823.5	1.0	-2.8
Other retail stores	1,002.5	1,004.9	1,006.7	985.1	3,014.1	-0.2	-0.2
<b>Total, all stores</b>	<b>21,341.5</b>	<b>21,102.7</b>	<b>21,140.9</b>	<b>20,702.5</b>	<b>63,585.1</b>	<b>1.1</b>	<b>-0.2</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	352.3	337.3	335.2	323.3	1,024.8	4.4	0.6
Prince Edward Island	93.1	89.4	89.5	85.8	272.0	4.1	-0.1
Nova Scotia	661.7	661.4	656.0	651.1	1,979.1	--	0.8
New Brunswick	519.9	512.3	509.4	493.8	1,541.6	1.5	0.6
Quebec	5,030.0	4,967.3	4,971.1	4,823.3	14,968.4	1.3	--
Ontario	8,091.8	7,981.9	7,964.5	7,775.3	24,038.2	1.4	0.2
Manitoba	755.9	748.9	751.7	737.4	2,256.5	0.9	-0.4
Saskatchewan	630.1	623.2	635.5	629.6	1,888.8	1.1	-1.9
Alberta	2,385.5	2,369.6	2,379.9	2,360.4	7,135.0	0.7	-0.4
British Columbia	2,748.2	2,738.9	2,776.8	2,752.4	8,263.9	0.3	-1.4
Yukon	26.5	28.0	26.1	26.2	80.6	-5.4	7.3
Northwest Territories	46.7	44.6	45.2	43.9	136.5	4.7	-1.3



Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
0.8	-0.7	2.0	2.5	2.2	1.3	2.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
--	0.5	3.4	0.3	-0.3	--	1.1	Tous les autres magasins d'alimentation
3.1	-0.9	4.6	4.3	4.4	1.9	4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
--	4.1	0.1	-5.9	0.4	2.7	-1.9	Magasins de chaussures
-2.4	-3.3	-1.5	-3.7	-6.3	-1.1	-3.8	Magasins de vêtements pour hommes
3.6	-2.9	-0.2	0.6	3.2	-0.5	1.2	Magasins de vêtements pour femmes
2.5	-4.5	8.9	5.6	6.0	2.5	6.8	Autres magasins de vêtements
1.1	1.7	9.2	9.4	11.3	9.0	10.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.1	-5.2	3.6	3.2	5.2	0.1	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.7	0.6	9.2	8.2	6.8	-8.6	8.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.5	0.2	-1.4	-3.9	-4.1	-6.6	-3.1	Stations-service
2.3	0.7	4.3	3.0	9.0	8.8	5.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.1	1.2	4.1	4.8	9.4	4.7	6.0	Magasins de marchandises diverses
2.8	-3.3	5.4	0.2	5.9	0.7	3.8	Autres magasins de produits semi-durables
8.8	-0.8	9.2	5.0	18.2	4.6	10.6	Autres magasins de produits durables
2.2	-1.1	2.8	5.4	6.6	6.6	4.9	Autres magasins de vente au détail
<b>2.1</b>	<b>-0.2</b>	<b>4.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.4</b>	<b>-0.7</b>	<b>4.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
3.7	-3.1	11.0	5.1	4.5	-1.2	6.9	Terre-Neuve
4.3	-0.5	8.4	2.9	4.2	-3.5	5.1	Île-du-Prince-Édouard
0.8	0.8	5.6	3.9	4.5	2.0	4.7	Nouvelle-Écosse
3.2	-0.4	3.6	7.2	3.6	-1.8	4.8	Nouveau-Brunswick
3.1	-0.2	4.1	1.7	15.5	0.7	6.8	Québec
2.4	-0.8	7.1	7.8	5.9	1.1	6.9	Ontario
1.9	0.3	3.7	6.2	1.6	-1.6	3.8	Manitoba
0.9	0.5	-0.6	--	-4.7	-6.1	-1.8	Saskatchewan
0.8	0.6	5.4	3.2	-0.7	-2.2	2.6	Alberta
0.9	1.0	0.6	-0.1	-1.7	-5.0	-0.4	Colombie-Britannique
-0.4	-	1.5	10.7	-1.9	-5.1	3.3	Yukon
3.0	1.4	4.9	4.4	4.6	-1.1	4.7	Territoires du Nord Ouest



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,278.0	3,981.0	4,478.8	4,739.8	12,737.8
All other food stores	346.2	315.8	321.8	443.2	983.8
Drugs and patent medicine stores	1,100.8	1,020.4	1,063.5	1,342.0	3,184.7
Shoe stores	109.8	81.3	108.4	176.8	299.5
Men's clothing stores	96.2	80.0	99.1	262.2	275.3
Women's clothing stores	309.8	252.2	274.3	583.8	836.3
Other clothing stores	467.2	356.9	387.0	892.5	1,211.1
Household furniture and appliance stores	792.4	689.3	743.7	1,306.5	2,225.4
Household furnishings stores	197.2	160.1	158.4	264.0	515.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,114.8	4,535.2	4,192.9	4,732.2	14,842.9
Gasoline service stations	1,268.6	1,106.0	1,183.5	1,261.3	3,558.1
Automotive parts, accessories and services	1,089.4	899.7	1,043.0	1,349.6	3,032.1
General merchandise stores	2,107.6	1,743.3	1,815.7	3,953.3	5,666.6
Other semi-durable goods stores	553.4	478.6	513.0	1,073.3	1,545.0
Other durable goods stores	467.7	423.3	477.6	1,069.7	1,368.6
Other retail stores	864.2	776.8	800.3	1,365.8	2,441.3
<b>Total, all stores</b>	<b>20,163.4</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>54,724.7</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	323.2	256.8	262.5	394.5	842.5
Prince Edward Island	80.5	66.3	69.3	102.9	216.1
Nova Scotia	606.2	526.1	538.5	788.4	1,670.8
New Brunswick	477.3	398.4	403.2	590.6	1,278.9
Quebec	4,754.7	3,903.2	4,071.6	5,432.2	12,729.5
Ontario	7,615.7	6,415.9	6,645.6	9,604.9	20,677.2
Manitoba	715.2	600.6	635.2	898.4	1,951.0
Saskatchewan	586.4	500.4	551.0	759.7	1,637.8
Alberta	2,283.0	1,898.1	2,014.7	2,873.0	6,195.8
British Columbia	2,650.5	2,276.0	2,410.6	3,293.2	7,337.1
Yukon	24.5	20.6	20.4	28.2	65.5
Northwest Territories	46.2	37.6	38.6	50.2	122.4



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
3.7	2.3	-0.6	4.3	1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6.0	-0.3	-0.2	1.3	1.9	Tous les autres magasins d'alimentation
6.5	4.5	3.3	1.9	4.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.8	-5.2	--	3.8	-0.2	Magasins de chaussures
-1.3	-3.6	-9.7	0.9	-5.1	Magasins de vêtements pour hommes
1.0	1.3	3.8	0.1	2.0	Magasins de vêtements pour femmes
10.0	5.5	4.3	3.7	6.8	Autres magasins de vêtements
9.1	9.2	8.4	9.5	8.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.9	3.5	2.8	-0.2	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
13.4	7.3	3.4	-8.2	8.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.9	-4.5	-5.8	-7.4	-3.1	Stations-service
7.2	2.9	5.7	9.1	5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.7	5.6	8.0	4.9	7.2	Magasins de marchandises diverses
8.9	--	4.0	0.6	4.4	Autres magasins de produits semi-durables
11.2	6.1	17.9	5.8	11.7	Autres magasins de produits durables
5.3	6.4	5.0	7.7	5.6	Autres magasins de vente au détail
<b>7.8</b>	<b>4.1</b>	<b>2.7</b>	<b>1.3</b>	<b>5.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
13.2	4.2	0.8	1.0	6.3	Terre-Neuve
10.4	3.0	0.3	-0.7	4.7	Île-du-Prince-Édouard
7.7	4.3	0.7	3.6	4.3	Nouvelle-Écosse
7.1	7.0	0.7	--	5.0	Nouveau-Brunswick
6.9	1.6	11.7	3.6	6.7	Québec
10.8	7.6	3.4	2.9	7.3	Ontario
6.3	5.9	-1.0	--	3.7	Manitoba
2.4	-0.3	-6.3	-4.5	-1.5	Saskatchewan
8.5	3.0	-3.0	-1.0	2.8	Alberta
1.8	-0.3	-3.2	-3.3	-0.5	Colombie-Britannique
6.1	10.8	-4.7	-5.4	3.8	Yukon
7.4	3.6	3.8	0.4	5.1	Territoires du Nord Ouest



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	12,737.8	13,584.3	13,696.0	13,542.7	12,523.2
All other food stores	983.8	1,149.8	1,090.5	1,112.4	965.5
Drugs and patent medicine stores	3,184.7	3,495.8	3,202.6	3,206.4	3,039.4
Shoe stores	299.5	481.6	426.4	462.2	300.1
Men's clothing stores	275.4	560.5	347.6	383.4	290.2
Women's clothing stores	836.3	1,360.3	1,094.6	1,130.6	820.0
Other clothing stores	1,211.2	2,088.0	1,622.6	1,414.4	1,134.0
Household furniture and appliance stores	2,225.4	3,154.8	2,602.2	2,306.6	2,043.7
Household furnishings stores	515.8	719.6	627.0	590.8	491.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14,842.9	14,844.9	16,607.8	19,329.4	13,676.0
Gasoline service stations	3,558.1	3,855.8	4,164.4	4,015.1	3,671.7
Automotive parts, accessories and services	3,032.1	3,935.6	3,668.0	3,853.8	2,878.4
General merchandise stores	5,666.6	9,323.8	6,689.9	6,654.1	5,288.3
Other semi-durable goods stores	1,545.1	2,509.3	2,113.4	2,115.0	1,479.7
Other durable goods stores	1,368.6	2,151.1	1,742.1	1,632.5	1,224.7
Other retail stores	2,441.3	3,308.2	3,135.1	2,919.1	2,312.6
<b>Total, all stores</b>	<b>54,724.6</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>	<b>64,668.5</b>	<b>52,139.0</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	255.9	279.1	280.1	277.0	252.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	55.4	66.2	55.3	57.8	57.0
Shoe stores	2.5	4.6	3.7	3.7	2.4
Men's clothing stores	2.5	7.9	4.2	4.8	2.8
Women's clothing stores	9.1	21.4	13.3	12.6	8.6
Other clothing stores	10.2	24.7	16.3	12.3	8.8
Household furniture and appliance stores	24.2	43.7	29.7	23.5	18.6
Household furnishings stores	1.6	2.8	2.2	2.0	1.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	205.3	178.3	241.8	290.4	175.2
Gasoline service stations	61.5	76.1	82.4	75.9	68.8
Automotive parts, accessories and services	39.6	61.7	51.1	49.3	36.7
General merchandise stores	111.4	210.0	136.4	127.3	102.3
Other semi-durable goods stores	15.4	28.5	22.4	20.2	13.0
Other durable goods stores	7.6	17.5	12.1	9.5	6.5
Other retail stores	30.1	43.3	38.8	36.1	28.5
<b>Total, all stores</b>	<b>842.5</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>	<b>1,012.7</b>	<b>792.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
1.7	2.8	2.7	4.6	3.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1.9	0.8	0.3	3.8	-2.9	Tous les autres magasins d'alimentation
4.8	3.0	6.0	7.9	4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.2	-3.0	0.6	4.9	3.8	Magasins de chaussures
-5.1	1.5	-0.5	-1.3	3.9	Magasins de vêtements pour hommes
2.0	--	-0.3	3.8	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
6.8	7.5	9.1	6.7	5.5	Autres magasins de vêtements
8.9	9.0	8.8	7.7	8.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.0	7.3	6.6	1.8	6.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.5	-3.6	5.3	2.5	7.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-3.1	-8.0	-5.5	-4.3	-5.7	Stations-service
5.3	10.4	0.9	4.7	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.2	4.2	6.0	8.0	11.0	Magasins de marchandises diverses
4.4	3.2	-0.6	-1.1	-0.9	Autres magasins de produits semi-durables
11.7	7.3	11.3	16.0	18.8	Autres magasins de produits durables
5.6	7.3	5.7	8.1	7.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.0</b>	<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>5.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
1.3	4.6	-2.1	2.9	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.8	-2.2	-5.8	1.4	-0.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.2	-4.2	-	-2.6	-11.1	Magasins de chaussures
-10.7	33.9	55.6	45.5	64.7	Magasins de vêtements pour hommes
5.8	1.4	-0.7	-	4.9	Magasins de vêtements pour femmes
15.9	-	2.5	1.7	-12.0	Autres magasins de vêtements
30.1	23.1	9.2	-6.4	-7.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	-12.5	-	-9.1	-11.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
17.2	1.0	5.2	3.0	9.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-10.6	-0.9	-0.4	-4.0	-8.9	Stations-service
7.9	16.9	3.4	-1.6	6.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.9	4.7	6.7	9.0	17.2	Magasins de marchandises diverses
18.5	-5.0	-14.5	-16.5	-8.5	Autres magasins de produits semi-durables
16.9	7.4	2.5	-2.1	3.2	Autres magasins de produits durables
5.6	6.1	2.9	7.1	10.0	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	63.2	64.9	70.8	63.5	57.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	16.6	19.6	18.4	17.7	16.9
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	4.0	9.7	8.8	5.1	3.9
Household furniture and appliance stores	5.9	8.8	6.4	6.2	5.6
Household furnishings store	3.0	4.6	4.9	4.0	2.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	45.9	44.6	56.0	70.1	42.5
Gasoline service stations	21.1	24.3	31.8	27.1	24.7
Automotive parts, accessories and services	12.5	19.1	18.2	18.8	11.5
General merchandise stores	16.3	31.6	22.7	21.4	16.8
Other semi-durable goods stores	7.8	12.5	17.5	11.9	7.3
Other durable goods stores	3.0	6.1	5.5	3.9	2.6
Other retail stores	8.9	13.5	16.2	12.1	8.3
<b>Total, all stores</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>	<b>272.5</b>	<b>206.4</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	454.4	487.5	494.1	469.1	444.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	124.6	139.9	130.0	126.4	126.8
Shoe stores	4.7	7.8	6.9	7.2	4.7
Men's clothing stores	3.3	8.1	4.4	4.9	3.7
Women's clothing stores	24.0	44.7	32.4	29.0	20.0
Other clothing stores	25.6	55.4	38.3	28.7	23.1
Household furniture and appliance stores	45.8	68.5	51.4	43.6	40.6
Household furnishings store	11.8	15.2	10.3	8.8	7.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	431.9	431.1	495.2	601.8	418.6
Gasoline service stations	118.1	132.6	146.5	131.1	118.9
Automotive parts, accessories and services	86.6	124.4	110.0	113.2	79.2
General merchandise stores	164.1	311.5	198.3	190.1	149.8
Other semi-durable goods stores	45.0	79.0	68.8	66.0	42.1
Other durable goods stores	31.4	57.4	42.4	38.0	26.5
Other retail stores	80.6	113.0	112.7	99.1	75.9
<b>Total, all stores</b>	<b>1,670.8</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>	<b>1,981.1</b>	<b>1,601.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
10.5	5.4	9.6	7.8	8.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.8	3.2	5.7	3.5	-2.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
2.6	6.6	20.5	10.9	14.7	Autres magasins de vêtements
5.4	10.0	16.4	24.0	40.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
25.0	43.8	104.2	66.7	41.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.0	-4.1	-2.4	10.0	13.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-14.6	-24.5	-18.7	-9.1	-1.2	Stations-service
8.7	26.5	14.5	13.3	7.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-3.0	-5.4	-6.2	2.9	14.3	Magasins de marchandises diverses
6.8	1.6	1.2	-12.5	-26.3	Autres magasins de produits semi-durables
15.4	13.0	19.6	14.7	8.3	Autres magasins de produits durables
7.2	18.4	14.9	11.0	-3.5	Autres magasins de vente au détail
<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>6.1</b>	<b>6.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
2.1	3.5	-5.4	-0.5	-0.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.7	1.6	8.2	10.9	8.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	-4.9	-4.2	1.4	-13.0	Magasins de chaussures
-10.8	3.8	2.3	2.1	-2.6	Magasins de vêtements pour hommes
20.0	14.9	17.0	14.6	0.5	Magasins de vêtements pour femmes
10.8	9.9	16.1	11.2	2.7	Autres magasins de vêtements
12.8	11.9	14.5	13.5	23.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
51.3	34.5	14.4	17.3	18.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.2	0.3	-3.8	-0.6	11.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-0.7	5.6	14.7	15.0	0.5	Stations-service
9.3	10.2	-8.0	9.9	5.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.5	6.9	8.4	12.8	8.6	Magasins de marchandises diverses
6.9	11.1	18.6	13.8	4.2	Autres magasins de produits semi-durables
18.5	11.9	18.4	23.4	6.4	Autres magasins de produits durables
6.2	6.2	8.4	3.1	-5.7	Autres magasins de vente au détail
<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>4.9</b>	<b>5.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	352.2	392.0	389.0	376.0	345.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	80.3	91.5	82.3	80.7	78.2
Shoe stores	4.1	7.4	6.0	5.7	3.6
Men's clothing stores	5.1	11.4	6.3	5.9	4.3
Women's clothing stores	14.4	28.6	20.1	19.6	13.4
Other clothing stores	21.5	44.2	32.7	25.6	19.5
Household furniture and appliance stores	37.6	58.1	42.2	38.4	32.6
Household furnishings stores	9.5	14.6	12.9	11.7	8.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	336.6	300.6	402.7	504.7	311.0
Gasoline service stations	96.3	114.0	127.3	111.8	109.8
Automotive parts, accessories and services	73.6	108.4	97.3	102.5	68.2
General merchandise stores	129.3	246.3	165.2	159.2	123.3
Other semi-durable goods stores	37.9	56.1	47.6	47.1	27.5
Other durable goods stores	18.6	38.1	26.8	23.7	16.9
Other retail stores	49.0	71.8	73.6	63.2	44.5
<b>Total, all stores</b>	<b>1,279.0</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>	<b>1,591.7</b>	<b>1,218.2</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,334.4	3,506.8	3,498.5	3,423.3	3,203.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	684.5	730.6	716.1	730.4	697.8
Shoe stores	88.7	170.0	141.5	163.4	90.5
Men's clothing stores	60.4	120.9	78.0	93.8	60.5
Women's clothing stores	220.0	356.6	307.6	332.6	229.5
Other clothing stores	302.7	492.7	434.1	405.7	282.2
Household furniture and appliance stores	544.1	802.1	708.5	634.7	482.2
Household furnishings stores	93.7	135.8	125.8	127.2	84.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,590.8	3,526.2	3,976.1	4,675.6	3,100.2
Gasoline service stations	705.5	757.9	783.0	746.5	717.9
Automotive parts, accessories and services	721.6	978.2	870.5	980.6	737.8
General merchandise stores	1,116.7	1,741.5	1,322.1	1,357.3	1,050.5
Other semi-durable goods stores	299.3	477.7	479.3	495.9	327.0
Other durable goods stores	292.5	427.4	352.7	344.4	239.3
Other retail stores	370.3	513.6	446.0	473.9	329.1
<b>Total, all stores</b>	<b>12,729.4</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>	<b>15,334.7</b>	<b>11,932.3</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
2.0	6.9	4.8	4.4	3.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.7	4.0	12.6	0.7	-3.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
13.9	8.8	-1.6	3.6	-10.0	Magasins de chaussures
18.6	20.0	14.5	7.3	16.2	Magasins de vêtements pour hommes
7.5	2.9	-3.8	-5.8	-12.4	Magasins de vêtements pour femmes
10.3	10.2	19.8	14.8	-	Autres magasins de vêtements
15.3	11.1	12.5	4.1	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.1	10.6	-2.3	0.9	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.2	-17.8	6.5	5.9	25.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-12.3	-6.5	0.5	15.6	24.8	Stations-service
7.9	23.0	12.6	16.5	10.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.9	4.6	7.1	10.1	9.0	Magasins de marchandises diverses
37.8	11.3	6.0	8.0	-6.8	Autres magasins de produits semi-durables
10.1	10.4	13.6	25.4	15.0	Autres magasins de produits durables
10.1	22.1	20.7	20.6	7.2	Autres magasins de vente au détail
<b>5.0</b>	<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>7.8</b>	<b>10.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
4.1	6.1	3.6	0.6	0.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.9	-2.6	3.6	11.8	3.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.0	-3.6	-2.5	1.7	3.1	Magasins de chaussures
-0.2	5.4	2.0	-6.8	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes
-4.1	-7.5	-5.4	9.2	6.6	Magasins de vêtements pour femmes
7.3	9.2	9.7	6.5	-5.7	Autres magasins de vêtements
12.8	9.7	9.5	5.2	0.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.9	9.3	5.2	3.4	-1.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
15.8	1.3	0.9	-2.6	6.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-1.7	-10.5	-9.4	-14.4	-18.8	Stations-service
-2.2	4.2	-3.5	2.9	12.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	3.5	6.9	9.3	10.5	Magasins de marchandises diverses
-8.5	4.3	-5.0	-1.4	5.8	Autres magasins de produits semi-durables
22.2	8.4	13.6	20.3	12.5	Autres magasins de produits durables
12.5	13.7	-0.4	8.3	7.2	Autres magasins de vente au détail
<b>6.7</b>	<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>1.2</b>	<b>2.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,048.0	4,279.8	4,351.2	4,400.3	4,046.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,337.7	1,450.5	1,330.3	1,311.6	1,211.3
Shoe stores	121.9	179.1	162.2	173.9	118.2
Men's clothing stores	116.7	240.4	149.0	159.9	120.9
Women's clothing stores	336.8	555.3	426.5	441.1	322.9
Other clothing stores	472.7	827.5	580.2	500.4	434.3
Household furniture and appliance stores	819.1	1,121.1	937.5	819.5	752.3
Household furnishings stores	218.4	307.5	261.9	236.3	209.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,685.4	5,738.6	6,249.6	7,367.5	5,079.6
Gasoline service stations	1,406.6	1,491.6	1,548.4	1,498.4	1,343.1
Automotive parts, accessories and services	1,188.8	1,507.1	1,410.7	1,472.1	1,063.0
General merchandise stores	2,216.5	3,744.1	2,609.3	2,590.2	2,031.9
Other semi-durable goods stores	678.1	1,120.1	890.1	875.3	618.7
Other durable goods stores	530.6	881.9	688.3	644.7	475.2
Other retail stores	1,073.4	1,460.5	1,413.9	1,260.2	1,023.1
<b>Total, all stores</b>	<b>20,677.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>	<b>24,226.1</b>	<b>19,264.5</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	490.9	536.7	535.1	534.4	496.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	69.5	76.1	69.4	67.8	67.5
Shoe stores	8.9	15.5	12.5	12.8	9.0
Men's clothing stores	7.8	17.0	9.3	11.3	7.8
Women's clothing stores	22.0	34.4	27.2	27.4	20.1
Other clothing stores	37.5	67.3	48.3	43.4	35.9
Household furniture and appliance stores	72.5	103.2	80.2	71.5	68.8
Household furnishings stores	10.6	14.5	13.2	12.7	10.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	598.3	631.4	671.8	746.4	568.2
Gasoline service stations	139.1	144.4	156.3	151.9	132.8
Automotive parts, accessories and services	98.4	123.1	118.0	119.7	87.6
General merchandise stores	225.7	372.8	263.9	267.0	213.1
Other semi-durable goods stores	41.7	74.6	48.7	50.1	39.2
Other durable goods stores	40.6	61.7	52.2	54.6	39.3
Other retail stores	72.2	103.8	90.6	87.1	67.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,950.9</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>	<b>2,276.9</b>	<b>1,881.5</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
--	1.4	4.9	7.6	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
10.4	10.5	15.1	17.5	10.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.1	-4.5	1.1	5.8	4.3	Magasins de chaussures
-3.5	2.0	-1.3	0.6	2.8	Magasins de vêtements pour hommes
4.3	5.6	3.6	0.9	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
8.8	10.6	11.1	9.5	16.5	Autres magasins de vêtements
8.9	13.4	13.7	11.8	17.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.0	13.7	12.2	4.0	17.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.9	-0.3	12.7	11.8	13.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.7	-6.6	-6.2	-5.9	-9.1	Stations-service
11.8	15.7	4.6	6.2	1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.1	5.9	6.6	8.4	10.9	Magasins de marchandises diverses
9.6	5.2	4.5	1.4	0.4	Autres magasins de produits semi-durables
11.7	9.7	13.2	15.6	25.2	Autres magasins de produits durables
4.9	7.6	7.7	9.8	9.9	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>8.3</b>	<b>8.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
-1.1	5.0	3.5	-1.1	-2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.0	-0.3	3.6	2.1	-6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.1	11.5	12.6	10.3	7.1	Magasins de chaussures
-	4.9	-5.1	-2.6	4.0	Magasins de vêtements pour hommes
9.5	3.3	2.6	1.1	1.5	Magasins de vêtements pour femmes
4.5	2.3	4.3	4.6	-3.5	Autres magasins de vêtements
5.4	11.7	6.2	8.3	9.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	-6.5	-9.6	-	5.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.3	-7.7	2.2	4.0	9.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.7	-2.9	-0.4	0.2	-1.2	Stations-service
12.3	7.4	-0.9	--	-2.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.9	2.8	4.9	5.4	7.2	Magasins de marchandises diverses
6.4	-2.6	-10.6	-6.0	-9.7	Autres magasins de produits semi-durables
3.3	-	8.8	12.8	18.7	Autres magasins de produits durables
6.5	5.1	7.3	6.7	7.4	Autres magasins de vente au détail
<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>3.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	425.1	473.0	484.8	478.0	429.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	97.8	106.1	98.3	96.9	96.9
Shoe stores	4.5	6.5	5.8	7.2	5.4
Men's clothing stores	6.4	13.0	8.1	9.1	7.2
Women's clothing stores	19.1	30.6	24.1	24.7	19.9
Other clothing stores	31.1	55.7	41.8	37.9	27.9
Household furniture and appliance stores	55.3	81.6	59.5	53.1	53.9
Household furnishings stores	15.9	20.6	19.5	18.5	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	412.5	462.6	490.3	542.8	443.8
Gasoline service stations	125.5	137.8	151.5	141.8	125.9
Automotive parts, accessories and services	103.8	139.6	142.8	126.5	103.6
General merchandise stores	204.5	325.8	240.9	238.5	195.5
Other semi-durable goods stores	35.2	57.0	43.6	49.6	37.9
Other durable goods stores	35.2	61.3	46.3	45.3	33.4
Other retail stores	53.7	75.4	71.4	67.2	52.7
<b>Total, all stores</b>	<b>1,637.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>	<b>1,952.2</b>	<b>1,662.2</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,462.9	1,593.4	1,578.7	1,536.3	1,393.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	300.1	338.7	288.3	294.1	286.1
Shoe stores	25.4	37.1	35.9	36.8	26.5
Men's clothing stores	37.8	72.3	43.6	49.0	44.4
Women's clothing stores	83.6	126.9	104.3	102.2	76.5
Other clothing stores	141.2	247.6	215.6	180.4	146.2
Household furniture and appliance stores	288.1	416.2	318.5	286.9	274.8
Household furnishings store	63.0	85.6	75.5	73.7	61.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,705.2	1,771.9	1,927.7	2,245.2	1,707.7
Gasoline service stations	407.8	435.7	484.5	470.1	428.4
Automotive parts, accessories and services	327.7	433.2	417.3	423.1	316.6
General merchandise stores	653.2	1,059.1	769.5	754.0	607.2
Other semi-durable goods stores	159.6	253.8	198.2	200.5	147.4
Other durable goods stores	160.9	256.1	212.2	200.5	153.8
Other retail stores	336.9	435.2	411.5	384.8	309.0
<b>Total, all stores</b>	<b>6,195.9</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>	<b>7,289.7</b>	<b>6,025.0</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-1.0	1.9	4.5	9.4	8.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.9	0.6	2.0	6.1	29.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-16.7	-7.1	-10.8	-4.0	-	Magasins de chaussures
-11.1	-3.0	-3.6	-5.2	-	Magasins de vêtements pour hommes
-4.0	-9.7	-9.7	-13.3	-2.0	Magasins de vêtements pour femmes
11.5	5.3	10.9	9.9	1.1	Autres magasins de vêtements
2.6	-2.6	5.7	6.8	21.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.6	-8.4	-6.3	-4.6	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
-7.1	-15.6	-5.4	-9.8	-2.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-0.3	-1.6	-0.4	-3.5	2.9	Stations-service
0.2	12.1	7.1	-9.1	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	2.1	5.7	6.5	13.9	Magasins de marchandises diverses
-7.1	-14.7	-3.5	-5.7	-16.5	Autres magasins de produits semi-durables
5.4	6.1	4.5	-0.4	9.5	Autres magasins de produits durables
1.9	-1.2	0.1	-3.6	0.4	Autres magasins de vente au détail
<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>-1.2</b>	<b>4.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
5.0	8.5	9.6	9.7	3.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.9	-1.8	-4.5	-9.8	-4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.2	-2.6	12.5	22.3	14.2	Magasins de chaussures
-14.9	-4.5	1.6	9.1	21.6	Magasins de vêtements pour hommes
9.3	3.9	3.4	6.2	7.7	Magasins de vêtements pour femmes
-3.4	0.4	7.2	6.2	8.5	Autres magasins de vêtements
4.8	7.3	8.0	15.9	21.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.8	4.9	10.1	1.2	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.1	-11.8	6.6	-2.2	6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-4.8	-9.6	-7.0	-1.5	1.3	Stations-service
3.5	11.9	1.4	8.9	5.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.6	5.7	9.4	13.9	20.5	Magasins de marchandises diverses
8.3	2.4	-1.6	2.3	4.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.6	6.1	11.0	20.1	12.9	Autres magasins de produits durables
9.0	6.9	7.3	8.2	9.4	Autres magasins de vente au détail
<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>5.7</b>	<b>4.6</b>	<b>7.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,804.2	1,921.7	1,961.9	1,934.3	1,809.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	411.5	469.0	407.1	416.0	394.2
Shoe stores	37.8	51.8	50.0	49.8	38.6
Men's clothing stores	33.7	65.1	41.8	42.9	37.2
Women's clothing stores	103.8	154.8	133.2	136.3	105.9
Other clothing stores	162.7	259.3	202.9	171.7	149.7
Household furniture and appliance stores	328.7	446.3	363.6	325.5	310.5
Household furnishings stores	87.8	117.8	100.0	95.0	88.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,797.8	1,730.4	2,060.8	2,246.8	1,799.1
Gasoline service stations	464.0	529.5	638.2	647.6	590.1
Automotive parts, accessories and services	369.7	428.3	418.2	434.2	365.0
General merchandise stores	776.8	1,220.7	905.6	896.8	749.1
Other semi-durable goods stores	220.2	342.4	289.4	291.3	214.8
Other durable goods stores	244.6	337.2	297.2	262.4	227.7
Other retail stores	357.2	467.7	448.4	422.6	365.1
<b>Total, all stores</b>	<b>7,337.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>	<b>8,517.6</b>	<b>7,375.4</b>
<b>Yukon and Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	46.5	49.5	51.8	50.5	45.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	0.9	1.5	1.2	1.3	0.9
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.1	5.1	4.5	3.8	3.8
Household furnishings stores	0.5	0.8	0.9	0.8	0.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	33.0	29.3	35.9	38.2	30.2
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	52.1	60.5	56.0	52.4	48.9
Other semi-durable goods stores	4.8	7.6	7.9	7.2	4.9
Other durable goods stores	3.5	6.5	6.4	5.6	3.6
Other retail stores	8.9	10.3	12.1	12.9	8.7
<b>Total, all stores</b>	<b>187.8</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>	<b>213.2</b>	<b>179.6</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Colombie-Britannique</b>
-0.3	-5.3	-6.1	3.6	0.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.4	-3.2	-6.1	-5.9	-5.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.1	-	0.4	3.1	1.8	Magasins de chaussures
-9.4	-6.2	-8.7	-9.3	1.9	Magasins de vêtements pour hommes
-2.0	-5.9	-4.4	3.4	--	Magasins de vêtements pour femmes
8.7	3.6	2.2	-1.8	2.7	Autres magasins de vêtements
5.9	-0.2	-2.5	-1.8	-7.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.0	-5.2	-3.2	-5.8	-0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
--	-7.4	-0.9	-5.6	-6.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-21.4	-13.2	-5.0	3.5	10.4	Stations-service
1.3	3.1	-4.0	3.0	0.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.7	-0.1	0.7	1.6	5.5	Magasins de marchandises diverses
2.5	-0.6	-7.4	-10.2	-9.9	Autres magasins de produits semi-durables
7.4	1.2	5.4	12.4	22.0	Autres magasins de produits durables
-2.2	0.8	2.1	4.2	5.5	Autres magasins de vente au détail
<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>-0.7</b>	<b>-0.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Yukon et Territoires du Nord-Ouest</b>
2.6	-	-1.3	0.4	10.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-16.7	-7.7	-7.1	-18.2	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
7.9	-12.1	-4.3	-17.4	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-44.4	-20.0	12.5	-	12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.3	-4.9	-3.0	-14.0	-7.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	-1.1	2.9	-6.1	5.2	Magasins de marchandises diverses
-2.0	-11.6	-10.2	-1.4	-14.0	Autres magasins de produits semi-durables
-2.8	12.1	18.5	-3.4	-	Autres magasins de produits durables
2.3	-	7.1	27.7	13.0	Autres magasins de vente au détail
<b>4.6</b>	<b>-0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>-2.1</b>	<b>3.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	21.9	24.1	26.6	24.5	21.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14.6	13.1	16.0	16.5	12.3
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	2.2	3.8	4.5	3.4	2.4
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>65.4</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>	<b>81.8</b>	<b>63.1</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	24.6	25.4	25.3	26.1	23.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	1.7	1.9	1.6	1.6	1.3
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	18.4	16.2	19.8	21.7	17.9
Gasoline service stations	7.0	5.5	4.8	4.5	5.6
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	2.6	3.8	3.4	3.9	2.6
Other durable goods stores	1.8	2.8	2.4	2.7	1.7
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>122.4</b>	<b>133.2</b>	<b>129.9</b>	<b>131.5</b>	<b>116.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Yukon</b>					
-	-3.2	1.5	-3.2	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
18.7	-3.0	1.3	-23.6	-	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-8.3	-13.6	-6.3	-10.5	-7.7	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>3.6</b>	<b>-0.8</b>	<b>5.0</b>	<b>-3.8</b>	<b>2.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Territoires du Nord Ouest</b>					
5.1	2.8	-3.8	4.4	19.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
30.8	11.8	-	-5.9	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.8	-6.4	-6.6	-4.8	-13.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-	-9.5	-12.8	8.3	-13.3	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>--</b>	<b>-</b>	<b>-1.0</b>	<b>4.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.7	94.4	95.9	96.4
All other food stores	89.6	93.7	89.4	93.9
Drugs and patent medicine stores	86.2	87.2	87.4	88.9
Shoe stores	93.7	96.4	94.2	94.7
Men's clothing stores	91.7	93.2	94.0	94.5
Women's clothing stores	91.8	94.1	93.7	95.3
Other clothing stores	95.4	96.5	95.9	96.5
Household furniture and appliance stores	93.9	95.5	94.7	94.9
Household furnishings stores	87.2	91.8	87.7	95.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.2	94.9	95.3	96.5
Gasoline service stations	93.0	94.2	93.6	95.1
Automotive parts, accessories and services	92.1	93.2	93.1	95.8
General merchandise stores	98.7	99.3	99.0	99.5
Other semi-durable goods stores	91.8	93.8	93.4	95.5
Other durable goods stores	90.0	91.6	93.0	92.8
Other retail stores	90.2	95.6	94.1	96.7
<b>Total, all stores</b>	<b>93.7</b>	<b>94.6</b>	<b>94.7</b>	<b>96.0</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	94.9	97.8	97.3	97.8
Prince Edward Island	91.5	92.7	93.0	94.5
Nova Scotia	93.1	96.6	96.4	97.2
New Brunswick	94.4	94.7	92.1	95.8
Quebec	94.8	93.9	93.4	95.9
Ontario	93.5	93.8	95.0	95.8
Manitoba	93.9	95.4	94.7	96.2
Saskatchewan	89.9	94.1	92.8	94.7
Alberta	93.5	96.2	95.4	96.6
British Columbia	93.6	95.3	95.7	96.5
Yukon	91.4	90.0	89.6	91.6
Northwest Territories	88.4	96.4	96.9	97.5



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				
March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	
Per cent – Pourcentage				
Groupe de commerce - Canada				
1.3	1.2	1.2	1.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
4.8	4.7	4.9	5.1	Tous les autres magasins d'alimentation
2.0	2.1	2.0	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.4	2.5	2.4	2.1	Magasins de chaussures
3.1	3.0	3.7	2.9	Magasins de vêtements pour hommes
3.0	2.7	2.0	1.9	Magasins de vêtements pour femmes
2.4	2.4	2.3	2.3	Autres magasins de vêtements
2.9	2.7	2.6	2.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.3	3.5	3.4	3.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.3	3.3	3.0	3.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.3	2.3	2.3	2.2	Stations-service
2.6	2.7	2.5	2.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.9	0.9	0.8	0.5	Magasins de marchandises diverses
3.8	3.3	3.5	3.1	Autres magasins de produits semi-durables
2.8	3.0	3.6	3.1	Autres magasins de produits durables
1.7	1.8	1.7	1.4	Autres magasins de vente au détail
1.1	1.0	0.9	0.7	Total, ensemble des magasins
Régions				
2.2	2.2	2.3	1.9	Terre-Neuve
1.8	1.5	1.5	1.2	Île-du-Prince-Édouard
4.0	6.1	3.8	3.0	Nouvelle-Écosse
2.7	2.6	2.4	1.7	Nouveau-Brunswick
3.0	2.7	2.2	2.1	Québec
2.0	1.8	1.6	1.3	Ontario
2.1	2.1	2.1	1.8	Manitoba
2.0	1.8	2.0	1.6	Saskatchewan
2.2	1.8	2.1	1.8	Alberta
1.5	1.4	1.4	1.2	Colombie-Britannique
0.5	0.4	0.5	0.3	Yukon
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,508.6	4,491.9	4,494.3	4,457.9	4,489.0	4,454.7	4,465.5
All other food stores	369.4	362.1	359.1	358.9	357.2	366.0	357.1
Drugs and patent medicine stores	1,117.9	1,113.5	1,103.4	1,070.4	1,079.6	1,084.4	1,078.0
Shoe stores	141.1	136.5	139.1	139.2	133.7	135.1	134.9
Men's clothing stores	130.2	128.7	125.9	129.0	133.4	131.4	132.8
Women's clothing stores	375.4	374.6	374.9	361.8	372.6	362.1	363.7
Other clothing stores	554.4	545.3	530.7	517.8	542.0	540.3	534.6
Household furniture and appliance stores	890.9	888.8	891.0	881.6	866.9	856.5	849.6
Household furnishings stores	208.0	205.7	205.3	207.6	219.0	206.1	203.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,740.0	5,648.8	5,556.3	5,464.6	5,429.7	5,246.4	5,564.1
Gasoline service stations	1,313.5	1,281.1	1,283.5	1,276.6	1,273.5	1,289.2	1,291.8
Automotive parts, accessories and services	1,224.2	1,198.0	1,254.5	1,226.7	1,218.1	1,222.4	1,201.6
General merchandise stores	2,446.5	2,440.1	2,491.0	2,369.8	2,341.2	2,349.6	2,342.7
Other semi-durable goods stores	712.7	682.4	708.0	688.5	711.7	706.6	693.6
Other durable goods stores	606.3	600.1	617.1	567.1	571.5	575.3	571.1
Other retail stores	1,002.5	1,004.9	1,006.7	985.1	995.9	985.1	985.0
<b>Total, all stores</b>	<b>21,341.5</b>	<b>21,102.7</b>	<b>21,140.9</b>	<b>20,702.5</b>	<b>20,734.9</b>	<b>20,511.1</b>	<b>20,769.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	352.3	337.3	335.2	323.3	333.6	329.4	331.3
Prince Edward Island	93.1	89.4	89.5	85.8	86.2	85.6	87.6
Nova Scotia	661.7	661.4	656.0	651.1	646.1	641.0	639.0
New Brunswick	519.9	512.3	509.4	493.8	496.0	486.1	497.7
Quebec	5,030.0	4,967.3	4,971.1	4,823.3	4,834.1	4,775.3	4,782.1
Ontario	8,091.8	7,981.9	7,964.5	7,775.3	7,835.7	7,739.0	7,823.5
Manitoba	755.9	748.9	751.7	737.4	735.1	726.3	752.2
Saskatchewan	630.1	623.2	635.5	629.6	626.6	625.4	651.9
Alberta	2,385.5	2,369.6	2,379.9	2,360.4	2,347.0	2,316.3	2,408.2
British Columbia	2,748.2	2,738.9	2,776.8	2,752.4	2,725.1	2,718.6	2,727.0
Yukon	26.5	28.0	26.1	26.2	26.2	25.7	26.3
Northwest Territories	46.7	44.6	45.2	43.9	43.3	42.3	42.7



Tableau 5

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,435.4	4,479.5	4,463.5	4,459.6	4,444.0	4,418.4	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
359.6	362.2	359.3	360.2	359.4	357.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,090.8	1,095.5	1,083.3	1,092.3	1,076.8	1,069.0	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
138.0	138.4	133.4	148.7	144.4	140.9	Magasins de chaussures
133.8	130.6	127.1	130.8	132.7	132.2	Magasins de vêtements pour hommes
364.8	366.5	353.3	372.5	377.0	376.1	Magasins de vêtements pour femmes
535.2	531.3	508.7	515.1	507.0	509.3	Autres magasins de vêtements
863.9	871.3	844.9	837.8	805.5	816.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
204.0	199.4	199.1	195.4	199.8	200.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,462.6	5,374.2	5,356.5	5,426.0	5,464.2	5,256.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,303.7	1,310.3	1,297.9	1,329.4	1,336.0	1,332.6	Stations-service
1,189.4	1,200.0	1,171.6	1,199.1	1,222.1	1,173.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,318.5	2,337.0	2,249.2	2,334.4	2,357.4	2,351.0	Magasins de marchandises diverses
680.1	681.1	664.2	684.9	681.9	676.3	Autres magasins de produits semi-durables
562.5	568.1	561.1	563.1	561.7	555.4	Autres magasins de produits durables
973.8	965.7	960.0	970.4	980.5	975.2	Autres magasins de vente au détail
<b>20,616.1</b>	<b>20,611.1</b>	<b>20,333.0</b>	<b>20,619.8</b>	<b>20,650.3</b>	<b>20,340.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
317.4	323.6	326.0	323.6	317.6	317.4	Terre-Neuve
88.0	88.8	88.2	87.7	87.1	85.9	Île-du-Prince-Édouard
640.2	641.6	630.8	634.5	633.7	626.4	Nouvelle-Écosse
497.4	502.2	499.6	504.1	510.4	501.6	Nouveau-Brunswick
4,768.2	4,766.3	4,642.3	4,727.4	4,798.1	4,830.2	Québec
7,788.5	7,726.7	7,674.8	7,810.4	7,730.2	7,553.0	Ontario
730.1	728.7	728.7	722.8	737.1	728.7	Manitoba
638.9	634.3	624.7	629.9	636.7	633.6	Saskatchewan
2,342.6	2,357.6	2,310.4	2,340.6	2,330.0	2,262.7	Alberta
2,736.3	2,773.0	2,741.6	2,771.9	2,801.1	2,730.8	Colombie-Britannique
26.7	26.2	25.6	25.2	25.3	26.1	Yukon
41.8	42.1	40.3	41.6	43.0	44.5	Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,278.0	3,981.0	4,478.8	4,739.8	4,180.4	4,664.1	4,382.8
All other food stores	346.2	315.8	321.8	443.2	339.7	366.9	345.6
Drugs and patent medicine stores	1,100.8	1,020.4	1,063.5	1,342.0	1,055.7	1,098.1	1,051.8
Shoe stores	109.8	81.3	108.4	176.8	150.5	154.4	148.2
Men's clothing stores	96.2	80.0	99.1	262.2	158.5	139.8	122.3
Women's clothing stores	309.8	252.2	274.3	583.8	394.6	381.8	387.7
Other clothing stores	467.2	356.9	387.0	892.5	607.1	588.3	565.3
Household furniture and appliance stores	792.4	689.3	743.7	1,306.5	944.1	904.1	883.0
Household furnishings stores	197.2	160.1	158.4	264.0	237.1	218.5	210.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,114.8	4,535.2	4,192.9	4,732.2	4,926.3	5,186.3	5,580.8
Gasoline service stations	1,268.6	1,106.0	1,183.5	1,261.3	1,254.1	1,340.3	1,302.3
Automotive parts, accessories and services	1,089.4	899.7	1,043.0	1,349.6	1,317.5	1,268.5	1,183.2
General merchandise stores	2,107.6	1,743.3	1,815.7	3,953.3	2,863.6	2,507.0	2,238.9
Other semi-durable goods stores	553.4	478.6	513.0	1,073.3	749.8	686.2	699.3
Other durable goods stores	467.7	423.3	477.6	1,069.7	559.6	521.8	548.5
Other retail stores	864.2	776.8	800.3	1,365.8	934.7	1,007.6	966.9
<b>Total, all stores</b>	<b>20,163.4</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>	<b>21,033.7</b>	<b>20,617.3</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	323.2	256.8	262.5	394.5	343.2	339.7	321.1
Prince Edward Island	80.5	66.3	69.3	102.9	84.0	86.6	86.6
Nova Scotia	606.2	526.1	538.5	788.4	654.7	656.3	621.3
New Brunswick	477.3	398.4	403.2	590.6	499.4	508.3	497.5
Quebec	4,754.7	3,903.2	4,071.6	5,432.2	4,712.7	4,933.4	4,758.4
Ontario	7,615.7	6,415.9	6,645.6	9,604.9	7,943.4	7,861.9	7,818.3
Manitoba	715.2	600.6	635.2	898.4	736.1	763.1	736.5
Saskatchewan	586.4	500.4	551.0	759.7	633.4	670.6	641.9
Alberta	2,283.0	1,898.1	2,014.7	2,873.0	2,351.7	2,395.0	2,349.8
British Columbia	2,650.5	2,276.0	2,410.6	3,293.2	2,651.0	2,750.8	2,717.7
Yukon	24.5	20.6	20.4	28.2	23.4	25.5	26.6
Northwest Territories	46.2	37.6	38.6	50.2	40.6	42.4	41.7



Tableau 6

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,504.8	4,808.4	4,445.8	4,725.6	4,371.3	4,127.1	12,737.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
359.2	385.8	369.2	381.7	361.5	326.6	983.8	Tous les autres magasins d'alimentation
1,063.0	1,087.8	1,062.5	1,086.4	1,057.5	1,034.0	3,184.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
147.9	130.4	146.1	173.4	142.7	105.8	299.5	Magasins de chaussures
112.1	113.2	132.9	132.5	118.0	97.5	275.3	Magasins de vêtements pour hommes
348.5	358.4	357.9	410.5	362.3	306.7	836.3	Magasins de vêtements pour femmes
582.9	474.4	470.7	494.4	449.3	424.6	1,211.1	Autres magasins de vêtements
860.9	858.2	812.7	769.0	724.9	726.5	2,225.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
209.0	207.3	212.8	193.0	185.0	182.7	515.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,206.4	5,820.6	6,503.4	6,570.1	6,255.9	5,394.2	14,842.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,406.6	1,455.6	1,369.0	1,366.5	1,279.6	1,257.0	3,558.1	Stations-service
1,160.0	1,324.8	1,294.6	1,326.8	1,232.4	1,016.6	3,032.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,254.0	2,197.0	2,168.7	2,295.6	2,189.8	1,956.5	5,666.6	Magasins de marchandises diverses
700.8	713.4	711.3	781.1	622.6	508.1	1,545.0	Autres magasins de produits semi-durables
599.3	594.2	552.6	569.4	510.4	420.6	1,368.6	Autres magasins de produits durables
1,046.8	1,121.5	992.7	1,020.3	906.1	820.4	2,441.3	Autres magasins de vente au détail
<b>20,562.2</b>	<b>21,650.8</b>	<b>21,603.0</b>	<b>22,296.1</b>	<b>20,769.4</b>	<b>18,704.7</b>	<b>54,724.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
329.2	350.9	347.6	350.6	314.6	285.5	842.5	Terre-Neuve
98.7	105.9	97.7	93.6	81.1	72.9	216.1	Île-du-Prince-Édouard
656.2	688.1	671.0	673.3	636.8	562.7	1,670.8	Nouvelle-Écosse
509.2	542.9	541.7	543.2	506.8	445.6	1,278.9	Nouveau-Brunswick
4,746.9	5,075.9	4,978.5	5,330.4	5,025.8	4,446.3	12,729.5	Québec
7,634.3	8,022.8	8,166.3	8,376.4	7,683.3	6,872.1	20,677.2	Ontario
726.2	753.1	768.0	774.8	734.1	672.8	1,951.0	Manitoba
639.9	661.8	658.9	661.6	631.7	572.5	1,637.8	Saskatchewan
2,351.3	2,429.6	2,443.8	2,507.3	2,338.6	2,105.0	6,195.8	Alberta
2,797.5	2,941.6	2,856.4	2,913.4	2,747.8	2,603.3	7,337.1	Colombie-Britannique
30.6	32.4	30.2	27.4	24.2	23.1	65.5	Yukon
42.4	45.9	43.0	44.0	44.5	43.0	122.4	Territoires du Nord Ouest



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	90.0	74.9	75.1	171.5	240.0
Prince Edward Island	22.6	19.0	19.5	44.9	61.1
Nova Scotia	178.7	147.0	154.5	334.3	480.2
New Brunswick	131.5	110.8	115.8	247.8	358.1
Quebec	1,329.2	1,117.2	1,256.2	2,214.4	3,702.6
Ontario	2,464.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2	6,848.7
Manitoba	201.4	164.4	171.0	358.5	536.8
Saskatchewan	181.8	155.8	167.4	316.7	505.0
Alberta	699.9	594.6	618.5	1,240.4	1,913.0
British Columbia	874.6	737.0	796.1	1,502.0	2,407.7
Yukon	5.2	4.2	4.1	8.5	13.5
Northwest Territories	23.0	19.2	19.6	29.1	61.8
<b>Total</b>	<b>6,202.2</b>	<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>	<b>10,924.3</b>	<b>17,128.6</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	90.0	74.9	75.1	171.5	140.0	115.7	99.4
Prince Edward Island	22.6	19.0	19.5	44.9	30.0	28.1	27.5
Nova Scotia	178.7	147.0	154.5	334.3	243.2	210.0	190.1
New Brunswick	131.5	110.8	115.8	247.8	184.3	164.2	148.6
Quebec	1,329.2	1,117.2	1,256.2	2,214.4	1,623.4	1,617.6	1,556.1
Ontario	2,464.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2	3,135.9	2,835.5	2,729.2
Manitoba	201.4	164.4	171.0	358.5	249.0	229.6	202.3
Saskatchewan	181.8	155.8	167.4	316.7	224.9	216.7	192.6
Alberta	699.9	594.6	618.5	1,240.4	862.3	790.6	746.0
British Columbia	874.6	737.0	796.1	1,502.0	999.9	962.4	935.6
Yukon	5.2	4.2	4.1	8.5	5.8	6.7	6.4
Northwest Territories	23.0	19.2	19.6	29.1	21.9	22.9	22.0
<b>Total</b>	<b>6,202.2</b>	<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>	<b>10,924.3</b>	<b>7,720.6</b>	<b>7,200.0</b>	<b>6,855.7</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
11.1	7.2	6.1	0.9	8.3	Terre-Neuve
5.6	0.5	3.7	0.4	3.4	Île-du-Prince-Édouard
10.6	5.4	7.3	5.1	7.9	Nouvelle-Écosse
9.8	8.0	9.8	4.7	9.2	Nouveau-Brunswick
4.5	-1.5	10.4	5.2	4.5	Québec
10.3	8.5	7.5	7.1	8.8	Ontario
5.9	6.1	2.9	1.1	5.0	Manitoba
4.1	2.7	0.2	-2.6	2.3	Saskatchewan
7.4	4.7	2.3	1.5	4.9	Alberta
5.6	3.8	2.4	-1.0	3.9	Colombie-Britannique
2.0	-	-8.9	-8.6	-2.2	Yukon
3.6	3.8	4.3	-4.3	3.9	Territoires du Nord Ouest
<b>7.6</b>	<b>4.7</b>	<b>6.4</b>	<b>4.1</b>	<b>6.3</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
99.4	96.7	93.1	93.2	87.4	81.0	240.0	Terre-Neuve
32.9	32.1	26.9	26.0	23.3	21.4	61.1	Île-du-Prince-Édouard
201.1	191.9	181.4	185.1	176.2	161.6	480.2	Nouvelle-Écosse
148.8	144.8	140.5	142.4	134.8	119.8	358.1	Nouveau-Brunswick
1,545.8	1,564.0	1,536.0	1,654.0	1,495.2	1,272.3	3,702.6	Québec
2,692.7	2,613.3	2,606.2	2,698.6	2,448.2	2,234.2	6,848.7	Ontario
216.3	206.3	203.8	210.4	204.1	190.1	536.8	Manitoba
200.1	195.2	193.3	196.8	190.8	174.7	505.0	Saskatchewan
781.6	734.0	723.7	747.3	707.0	651.9	1,913.0	Alberta
929.6	925.6	896.1	923.0	868.6	828.6	2,407.7	Colombie-Britannique
7.9	7.2	6.6	5.7	4.7	5.1	13.5	Yukon
22.5	23.0	20.6	22.7	22.2	22.2	61.8	Territoires du Nord Ouest
<b>6,878.5</b>	<b>6,734.2</b>	<b>6,628.2</b>	<b>6,905.2</b>	<b>6,362.5</b>	<b>5,762.8</b>	<b>17,128.6</b>	<b>Total</b>



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonné				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1997</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,163.4	7.8	18,412.3	6.5
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1997</b>
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		Janvier
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Février
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	<b>...</b>	<b>220,955.1</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	--		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	<b>...</b>	<b>229,054.6</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.6	21,140.9	2.1	19,653.0	2.1		Janvier
107.5	21,102.7	-0.2	19,632.4	-0.1		Février
108.2	21,341.5	1.1	19,726.6	0.5		Mars
						Avril
						Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as “the aggregate sales made through retail locations (outlets)”.

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a “business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption”. Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the “general merchandise store” category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor’s withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

**010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

**100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers**

- 6311 Automobile (new) dealers
- 6312 Automobile (used) dealers
- 6321 Motor home and travel trailer dealers
- 6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers
- 6323 Motorcycle and snowmobile dealers
- 6329 Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

**010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

**100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
- 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
- 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
- 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
- 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
- 6329 Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and auto supply stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, battery, parts and accessories stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (general repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and body repair shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler replacement shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor vehicle glass replacement shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other motor vehicle repair shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car washes	6391	Lave-autos
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and stationery stores	6511	Librairies et papeteries
6521	Florist shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and garden centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, glass and wallpaper stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and hobby stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, novelty and souvenir stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting goods stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical instrument stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and tape stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and jewellery repair shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and photographic supply stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>	<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Liquor stores	6021	Magasins de spiritueux
6022	Wine stores	6022	Magasins de vin
6023	Beer stores	6023	Magasins de bière
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticians' shops	6592	Opticiens
6593	Art galleries and artists' supply stores	6593	Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Luggage and leather goods stores	6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Monument and tombstone dealers	6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Pet stores	6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Coin and stamp dealers	6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Mobile home dealers	6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Other retail stores, n.e.c.	6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# Perspectives on Labour and Income

## Crucial to leading decision makers

The current emphasis on information resonates loudly in the workplace.

**Perspectives on Labour and Income** meets your need for accurate, timely and comprehensive information. The bottom line? You get vital data and analysis on the workplace and related issues facing contemporary Canada!

### Your springboard to success

Each analytical article in this quarterly journal has clear charts, tables and summaries.

**Perspectives** reveals the latest labour and demographic statistics – essential to

- ▶ determine how attitudes toward retirement influence investment decisions
- ▶ evaluate the effect of wage trends on union bargaining
- ▶ forecast the effect of employment on the demand for goods and services or social programs
- ▶ compare your organization within your industry
- ▶ develop labour market studies
- ▶ ... and much more!

# L'emploi et le revenu en perspective

## Un outil essentiel pour les décideurs

De nos jours, on attache beaucoup d'importance à

l'information en milieu de travail. La revue **L'emploi et le revenu en perspective** répond à vos besoins pour des renseignements qui sont à la fois précis, actuels et complets. Vous disposerez alors de données essentielles et d'analyses sur le milieu du travail et sur d'autres défis auxquels le Canada est confronté!

### Le tremplin à votre succès

Les articles analytiques de cette revue trimestrielle comportent des graphiques, des tableaux et des sommaires conçus de façon à présenter clairement les statistiques sur le

marché du travail et les statistiques démographiques qui sont essentielles pour :

- ▶ déterminer dans quelle mesure les attitudes à l'égard de la retraite influent sur les décisions en matière de placements
- ▶ évaluer l'effet des tendances salariales sur les négociations syndicales
- ▶ faire des prévisions relatives à l'incidence de l'emploi sur la demande de biens et de services ou sur les programmes sociaux
- ▶ comparer votre organisation à votre branche d'activité dans son ensemble
- ▶ effectuer des études sur le marché du travail
- ▶ ... et bien plus encore!

### One easy decision: Subscribe today!

When you invest in this Statistics Canada journal, you're investing in your future. **Perspectives on Labour and Income** (cat. no. 75-001-XPE) costs \$58 in Canada (plus applicable taxes) and US\$58 outside Canada.

To subscribe:

CALL toll free 1 800 267-6677 FAX 1 800 889-9734

WRITE to Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 Canada.

Order via E-MAIL at **order@statcan.ca**

Or **CONTACT** your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

### Une décision facile à prendre : c'est de vous abonner dès maintenant!

En investissant dans cette revue de Statistique Canada, vous investissez aussi dans votre avenir. **L'emploi et le revenu en perspective** (n° 75-001-XPF au catalogue) se vend 58 \$ au Canada (taxes en sus) et 58 \$ US à l'extérieur du Canada.

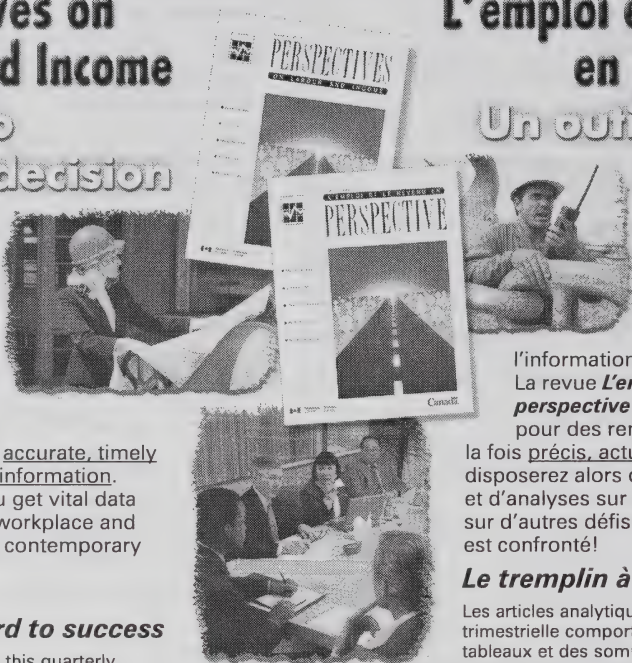
Pour vous abonner :

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677 TÉLÉCOPIEZ au 1 800 889-9734

ÉCRIVEZ à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 Canada.

Commandez par COURRIEL à **order@statcan.ca**

Ou **COMMUNIQUEZ** avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication.







# ORDER FORM

## Statistics Canada

### TO ORDER:



#### MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



**PHONE**  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



**FAX**  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



**INTERNET** order@statcan.ca



**1 800 363-7629**

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

### METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

► Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.

► Subscription will begin with the next issue to be released.

► Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.

► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.

► Cheque or money order should be made payable to the  
Receiver General for Canada.

► GST Registration # R121491807

SUBTOTAL

DISCOUNT  
(if applicable)

GST (7%)

(Canadian clients only, where applicable)

Applicable PST

(Canadian clients only, where applicable)

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF 097019

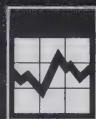
## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

Canada





# BON DE COMMANDE

## Statistique Canada

### POUR COMMANDER :



**COURRIER**

Statistique Canada  
Opérations et intégration  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6



**TÉLÉPHONE**  
1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



**TÉLÉCOPIEUR**  
1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



**INTERNET** order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)



**1 800 363-7629**

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie \_\_\_\_\_

Service \_\_\_\_\_

À l'attention de \_\_\_\_\_ Fonction \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Ville \_\_\_\_\_ Province \_\_\_\_\_

Code postal \_\_\_\_\_ Téléphone \_\_\_\_\_ Télécopieur \_\_\_\_\_

Adresse du courrier électronique : \_\_\_\_\_

### MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte \_\_\_\_\_

Date d'expiration \_\_\_\_\_

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.) \_\_\_\_\_

Signature \_\_\_\_\_

☐ Paiement inclus \$ \_\_\_\_\_

☐ N° du bon de commande \_\_\_\_\_  
(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée \_\_\_\_\_

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

▶	Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.	<b>TOTAL</b>	
		<b>RÉDUCTION</b> (s'il y a lieu)	
▶	L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.	<b>TPS (7 %)</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)	
		<b>TVP en vigueur</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)	
▶	Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.	<b>TVH en vigueur</b> (N.-É., N.-B., T.-N.)	
		<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	
▶	Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.		
▶	Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.		
▶	TPS N° R121491807		
		<b>PF097019</b>	

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada  
Statistics Canada

Canada



# For and About Businesses Serving the Business of Canada ...

At last, current data and expert analysis on this VITAL sector in one publication!

The services sector now dominates the industrial economies of the world. Telecommunications, banking, advertising, computers, real estate, engineering and insurance represent an eclectic range of services on which all other economic sectors rely.

Despite their critical economic role, however, it has been hard to find out what's happening in these industries. Extensive and time-consuming efforts have, at best, provided a collection of diverse bits and pieces of information ... an incomplete basis for informed understanding and effective action.

Now, instead of this fragmented picture, *Services Indicators* brings you a cohesive whole. An innovative quarterly from Statistics Canada, this publication **breaks new ground**, providing **timely** updates on performance and developments in:

- Communications
- Finance, Insurance and Real Estate
- Business Services

*Services Indicators* brings together analytical tables, charts, graphs and commentary in a stimulating and inviting format. From a wide range of key financial indicators including profits, equity, revenues, assets and liabilities, to trends and analysis of employment, salaries and output – PLUS a probing feature article in every issue, *Services Indicators* gives you the complete picture for the first time!

Finally, anyone with a vested interest in the services economy can go to *Services Indicators* for **current** information on these industries ... both **at-a-glance** and **in more detail than has ever been available before** – all in one unique publication.

If your business is serving business in Canada, or if you are involved in financing, supplying, assessing or actually using these services, *Services Indicators* is a turning point – an opportunity to forge into the future armed with the most current insights and knowledge.

Order YOUR subscription to *Services Indicators* today!

*Services Indicators* (catalogue no. 63-016-XPB) is \$116 (plus GST/HST and applicable PST) in Canada, US\$116 in the United States and US\$116 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-800-889-9734 or (613) 951-1584 or call 1-800-267-6677 toll-free in Canada and the United States [(613) 951-7277 elsewhere] and charge to your VISA or MasterCard. Via Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Visit our Web Site [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca).

# Au sujet des entreprises au service des affaires du Canada et à leur intention...

Enfin regroupées en une publication, des données courantes et des analyses éclairées sur ce secteur ESSENTIEL!

Le secteur des services domine à l'heure actuelle les économies industrielles du monde. Les télécommunications, les opérations bancaires, la publicité, l'informatique, l'immobilier, le génie et l'assurance représentent une gamme éclectique de services sur lesquels reposent tous les autres secteurs économiques.

En dépit de leur rôle critique sur le plan économique, il est toutefois difficile de savoir ce qui se passe dans ces branches d'activité. Des efforts considérables et fastidieux ont permis, au mieux, de rassembler une collection de renseignements fragmentaires divers... qui ne favorisent pas la compréhension avisée et la prise de mesures efficaces.

Remplacez maintenant ce tableau fragmentaire par l'image cohérente que vous offre *Indicateurs des services*. Cette publication trimestrielle innovatrice de Statistique Canada **pénètre dans un domaine inexploré**, fournissant des aperçus **opportuns** du rendement et des progrès dans les domaines suivants :

- Communications
- Finance, assurance et immobilier
- Services aux entreprises

*Indicateurs des services* rassemble des tableaux analytiques, des diagrammes, des graphiques et des observations en un mode de présentation stimulant et attrayant. En puisant à même une vaste gamme d'indicateurs financiers importants, allant notamment des profits, des capitaux propres, des recettes, de l'actif et du passif aux tendances et analyses de l'emploi, des salaires et de la production – à laquelle s'ajoute un article de fond exploratif dans chaque numéro, *Indicateurs des services* brosse pour la première fois un tableau complet!

Enfin, quiconque s'intéresse au secteur des services peut consulter *Indicateurs des services* pour trouver des renseignements **courants** sur ces branches d'activité... tant sous une **forme sommaire qu'à un niveau de détail n'ayant jamais encore été offert** – et ce, dans une même publication.

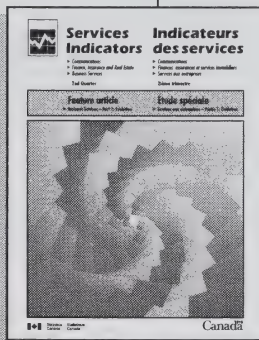
Si vous êtes de ceux qui fournissent des services aux entreprises canadiennes, ou si vous financez, fournissez ou évaluez ces services ou y avez en fait recours, *Indicateurs des services* représente un tournant – une chance de s'aventurer dans l'avenir en étant armé des réflexions et connaissances les plus actuelles.

Commandez dès aujourd'hui VOTRE abonnement à *Indicateurs des services*!

*Indicateurs des services* (n° 63-016-XPB au catalogue) coûte 116 \$ (plus TPS/TVH et la TVP en vigueur) au Canada, 116 \$ US aux États-Unis et 116 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste qui figure dans la présente publication).

Si vous préférez, vous pouvez télécopier votre commande en composant le 1-800-889-9734 ou le (613) 951-1584 ou téléphoner sans frais du Canada et des États-Unis au 1-800-267-6677 [ou d'ailleurs au (613) 951-7277] et porter les frais à votre compte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Visitez notre site Internet [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca).





# Success is within your reach

# Le succès est à la portée

## when you subscribe to the *Canadian Economic Observer*!

Understanding what is key to Canada's economic activity is important to virtually every successful business, particularly in today's highly competitive economy. Whether your company has 10 employees or 10,000, it's vital that you are equipped to anticipate the trends that could prove influential in the years ahead. One way is to subscribe to Canada's leading report card on the economy — the *Canadian Economic Observer (CEO)*.

### ► CEO meets your needs

Whether your job requires you to access data, track trends or devise highly effective business plans, you'll find many uses for *CEO*. Packed with detailed charts, diagrams and tables, *CEO* is your hands-on tool for understanding the economy from the inside out. And *CEO* gives you the kind of in-depth, intelligent analysis you have come to expect from the world's leading statistical agency.

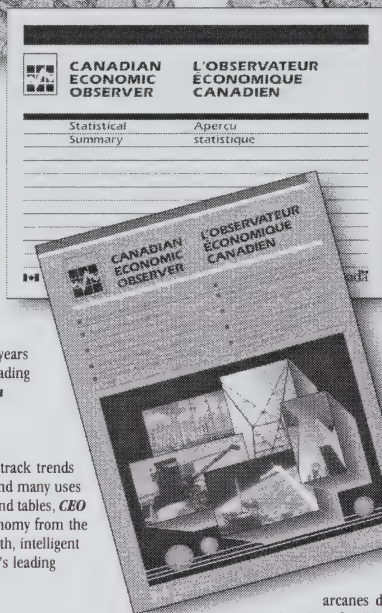
### ► CEO is easy to use

Consultations with experts have contributed to *CEO*'s present, widely acclaimed format. The **Current Economic Conditions** section contains thought-provoking commentary on current issues, trends and developments. Economic growth, trade, financial market activity — all of the major economic developments across Canada are covered month to month, issue by issue.

The **Economic Events** section profiles developments in the previous month that had an impact on the economy. **Plus**, *CEO* has a topical **Feature Article** providing thoughtful insight into issues that either directly or indirectly affect all Canadians. A separate **Statistical Summary** carries a full range of hard data relating to important economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and many others.

### ► CEO offers solutions

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts. You'll also receive a copy of *CEO*'s annual **Historical Statistical Summary** at no additional charge.



## des abonnés à *L'Observateur économique canadien*!

Il est important pour à peu près toutes les entreprises prospères de comprendre les grandes lignes de l'activité économique, surtout dans l'économie concurrentielle d'aujourd'hui. Que votre entreprise compte dix, cent ou plus de mille employés, vous voudrez sans doute vous équiper en vue d'anticiper les tendances qui peuvent exercer une influence sur les années à venir. Un bon moyen consiste à vous abonner au principal bulletin de santé économique du Canada : *L'Observateur économique canadien (LOEC)*.

### ► LOEC répond à vos besoins

Que vous ayez à consulter des données, à repérer de grandes tendances ou à concevoir des plans d'entreprises efficaces, *LOEC* répondra à nombre de vos besoins. Rempli de tableaux, de graphiques et de diagrammes détaillés, *LOEC* est l'outil pratique par excellence pour comprendre les arcanes de la conjoncture économique. De plus, *LOEC* vous offre le type d'analyse fouillée et intelligente à laquelle vous vous attendez d'un leader mondial dans le domaine de la statistique.

### ► LOEC est simple à utiliser

Des consultations avec plusieurs experts ont fait en sorte que le nouveau format de *LOEC* reçoit aujourd'hui un accueil enthousiaste de la part de nos nombreux lecteurs. La section des **Conditions économiques actuelles** comprend des commentaires percutants sur des questions, des tendances et des développements économiques. La croissance économique, le commerce, l'activité des marchés financiers — les événements économiques marquants au Canada sont examinés dans chaque numéro mensuel.

La section **Événements économiques** regroupe les faits d'actualité ayant eu un impact majeur sur l'économie au cours du mois précédent. **En plus**, *LOEC* comprend une **Étude spéciale** qui examine en profondeur des sujets qui touchent directement ou indirectement presque tous les Canadiens et Canadiennes. Enfin, l'**Aperçu statistique** contient l'ensemble des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

### ► LOEC vous offre des solutions

En tant qu'abonné, vous profiterez d'une communication directe avec les analystes de Statistique Canada. Vous recevrez également, sans frais additionnels, un exemplaire du **Supplément statistique historique de LOEC**.

VISIT OUR WEB SITE!  
[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

VISITEZ NOTRE SITE INTERNET!  
[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Subscribe to the *Canadian Economic Observer* (Catalogue #11-010-XPB) TODAY for only \$227 in Canada plus GST/HST and applicable PST and US\$227 in other countries. Call TOLL-FREE 1-800-267-6677 or FAX 1-800-889-9734 or (613) 951-1584 and use your VISA or MasterCard. You can also MAIL your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

Abonnez-vous dès AUJOURD'HUI à *L'Observateur économique canadien* (numéro au catalogue 11-010-XPB) pour seulement 227 \$ au Canada (TPS/TVA et TVP en sus, s'il y a lieu) et 227 \$ US dans les autres pays. Composez SANS FRAIS le 1-800-267-6677 ou faites-nous parvenir votre commande par TÉLÉCOPIEUR au 1-800-889-9734 ou au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard. Vous pouvez également envoyer votre commande par la POSTE à l'adresse suivante: Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près et dont la liste figure dans la présente publication.



Catalogue no. 63-005-XPB

N°63-005-XPB au catalogue

# Retail Trade

April 1999

# Commerce de détail

Avril 1999



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

April 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Avril 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

June 1999

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 4

ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 4

ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Juin 1999

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 4

ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 4

ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

∞

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinaux. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.

∞



## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	viii
For Further Reading	x

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	viii
Lectures suggérées	x

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro d' février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Retail sales edged down 0.4% in April to \$21.2 billion, following a 1.0% increase in March. With the exception of general merchandise stores, all sectors posted lower sales in April.

Despite lower sales in April, retailers have been reporting advancing sales since the fall of 1998. Sales in April were up 3.4% from October 1998, the most recent low point. Prior to the fall of 1998, retail sales remained generally flat in the spring and summer of last year following more than two years of rising sales.

Retail sales in April were 2.7% higher than the same month in 1998. In comparison, year-over-year increases in each of the first three months of 1999 were all above 4.0%. The smaller year-over-year gain in April was partly attributable to strong sales in April 1998.

### Widespread decline in retail sales in April

The furniture sector (-2.8%), retail stores classified as "other" (-1.2%) and drug stores (-1.1%) posted the most significant declines in April. The "other" category includes stores such as liquor, sporting goods, hardware and book stores. General merchandise was the only sector to post an increase in April (+0.2%).

### Household appliances and electronic goods pushed down sales in the furniture sector

Retailers in the furniture sector registered their largest monthly sales decline of the last three years (-2.8%). Most of this decline can be attributed to lower sales by stores selling appliances and electronic goods. The combination of April's significant decrease and weaker sales in the previous two months has reversed the upward sales movement in furniture stores that started three years ago. Nevertheless, furniture stores are showing the largest year-over-year percentage increase (+5.4%) of all retail sectors.

The 1.2% decline in sales by retail stores classified as "other" almost completely offset the 1.4% increase observed in March. Following a period of general increases since the fall of 1996, sales advances in this category have been weakening in 1999. Overall, liquor stores and other durable goods stores (e.g. sporting goods, jewellery and music stores) have been the major source of strength in this sector during the last two years.

## Faits saillants

En avril, les ventes au détail ont connu une baisse de 0,4 % pour s'établir à 21,2 milliards de dollars, après une hausse de 1,0 % en mars. À l'exception des magasins de marchandises diverses, tous les secteurs ont enregistré une baisse des ventes en avril.

Malgré la baisse d'avril, les détaillants font toujours état d'une augmentation des ventes depuis l'automne 1998. En avril, les ventes étaient en hausse de 3,4 % par rapport à octobre 1998 (le plus récent plancher). Avant l'automne 1998, les ventes au détail étaient restées généralement inchangées durant le printemps et l'été de la même année, après une période de croissance de plus de deux ans.

En avril, les ventes ont progressé de 2,7 % par rapport à avril 1998. Par comparaison, les hausses d'une année à l'autre au cours de chacun des trois premiers mois de 1999 ont toutes été supérieures à 4,0 %. L'accroissement plus faible observé en avril par rapport à l'année dernière est attribuable en partie à la forte performance qui avait été enregistrée en avril 1998.

### Baisse étendue des ventes au détail en avril

Le secteur des meubles (-2,8 %), les magasins de vente au détail appartenant à la catégorie « autres » (-1,2 %) ainsi que les pharmacies (-1,1 %) ont affiché les baisses les plus importantes en avril. La catégorie « autres » comprend, par exemple, les magasins qui vendent des boissons alcoolisées, des articles de sport, de la quincaillerie ainsi que les librairies. Les magasins de marchandises diverses ont été les seuls à enregistrer une hausse des ventes en avril (+0,2 %).

### La baisse des ventes d'appareils ménagers et d'appareils électroniques a ralenti l'ensemble des ventes dans le secteur des meubles

Les ventes des détaillants du secteur des meubles (-2,8 %) ont enregistré leur plus forte baisse mensuelle des trois dernières années. Le recul qu'a connu ce secteur en avril est attribuable principalement à la baisse des ventes observée dans le cas des magasins qui vendent des appareils ménagers et des appareils électroniques. L'importante baisse enregistrée en avril et des ventes plus faibles au cours des deux mois précédents ont inversé le mouvement ascendant qui avait commencé il y a trois ans pour les magasins de meubles. Ceux-ci ont néanmoins affiché en avril le plus fort pourcentage d'augmentation d'une année à l'autre (+5,4 %) parmi tous les secteurs de la vente au détail.

Le recul de 1,2 % observé pour les ventes au détail des magasins appartenant à la catégorie « autres » a presque entièrement neutralisé la hausse de 1,4 % enregistrée en mars. Après une période d'augmentations générales depuis l'automne 1996, la progression des ventes dans cette catégorie a ralenti au cours de 1999. Dans l'ensemble, les magasins de boissons alcoolisées et les magasins d'autres biens durables (par exemple, les magasins qui vendent des articles de sport, des bijoux et des disques) ont été le moteur de ce secteur au cours des deux dernières années.



**Note to readers**

Starting with this release, retail sales data are available separately for Nunavut and the remaining part of the Northwest Territories. In order to provide a complete data series for 1999, estimates have also been generated for January, February and March. The April 1999 Retail trade publication and the appropriate CANSIM matrices have been modified accordingly.

**Note aux lecteurs**

Avec le présent communiqué, les ventes au détail pour le Nunavut et la partie restante des Territoires du Nord-Ouest sont présentées individuellement. Afin de fournir une série de données complète pour 1999, nous avons également produit des estimations pour janvier, février et mars. La publication Commerce de détail d'avril 1999 et les matrices CANSIM pertinentes ont été modifiées en conséquence.

Sales in drug stores retreated in April (-1.1%) after advancing during the previous three months. The period of diminishing sales during most of 1998 was preceded by sales advances in the spring of 1998 and the second half of 1997.

**First monthly decline in sales for motor vehicle dealers since October 1998**

Sales in the automotive sector remained essentially unchanged (-0.1%) in April. Falling sales by motor and recreational vehicle dealers (-1.3%) were offset by a significant rise in sales by gasoline service stations (+5.0%), which continued to be boosted by higher gasoline prices. Retailers in the automotive sector have enjoyed strong sales advances since the fall of 1998 after experiencing more modest increases during the rest of 1998 and most of 1997.

Sales in food stores declined 0.3% after registering a 0.7% increase in March. Since the fall of 1998, sales in food stores have turned upwards after flattening out in the spring and summer of the past year. However, since the fall of 1998, increases in food store sales have been much weaker than in 1997 and most of 1996.

Clothing store sales were relatively unchanged in April (-0.1%) after three months of strong increases. Diminishing sales in men's and women's clothing stores offset rising sales in other clothing stores and shoe stores. The category of other clothing stores, which sell a variety of family and children's clothing and account for about 45% of all sales in clothing stores, have experienced increasing sales in the last four months. Overall, sales in clothing stores have been strong since the start of 1999 after a period of flattening sales from the spring to the end of 1998.

Sales in general merchandise stores advanced 0.2% in each of the last two months. Within this sector, both department stores and other general merchandise stores posted weak increases in April. Other general merchandise stores are continuing the period of sales increases that started in early 1997. In contrast, department store sales began weakening in February 1999, following strong increases in December 1998 and January 1999. The weaker sales that began in February 1999 brought sales back to their early 1998 levels.

Les ventes des pharmacies ont baissé en avril (-1,1 %), après avoir progressé au cours des trois mois précédents. La baisse observée durant la majeure partie de 1998 avait été précédée d'une progression des ventes au printemps de la même année et au cours de la deuxième moitié de 1997.

**Première baisse mensuelle des ventes depuis octobre 1998 pour les concessionnaires de véhicules automobiles**

Les ventes du secteur de l'automobile n'ont pratiquement pas varié (-0,1 %) en avril. Au cours de ce même mois, une diminution des ventes chez les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (-1,3 %) a été neutralisée par une augmentation importante des ventes enregistrées par les stations-service (+5,0 %). Toujours en avril, le prix plus élevé de l'essence a continué à faire progresser les ventes des stations-service. Les détaillants du secteur de l'automobile ont enregistré une forte progression des ventes depuis l'automne 1998, après avoir connu des augmentations plus modestes durant le reste de 1998 et pendant la majeure partie de 1997.

Les magasins d'alimentation ont constaté une baisse (-0,3 %) de leurs ventes en avril, après une hausse de 0,7 % en mars. Depuis l'automne 1998, les ventes de ces détaillants sont en progression, après avoir stagné au cours du printemps et de l'été de la même année. Cependant, depuis l'automne 1998, les hausses des ventes des magasins d'alimentation ont été beaucoup plus faibles qu'en 1997 et qu'au cours de la majeure partie de 1996.

En avril, les ventes des magasins de vêtements n'ont pratiquement pas varié (-0,1 %), après trois mois de hausses importantes. Des ventes plus faibles dans les magasins de vêtements pour hommes et pour femmes ont neutralisé une hausse des ventes observée dans le cas des autres magasins de vêtements et des magasins de chaussures. Ces autres magasins de vêtements, qui représentent environ 45 % de l'ensemble des ventes du secteur des vêtements, ont enregistré une augmentation de leurs ventes au cours des quatre derniers mois. Ces magasins offrent un grand choix de vêtements pour la famille et les enfants. Dans l'ensemble, les ventes des magasins de vêtements ont été vigoureuses depuis le début de 1999, après une période de stagnation qui avait commencé au printemps 1998.

Les ventes des magasins de marchandises diverses ont progressé de 0,2 % au cours de chacun des deux derniers mois. Dans ce secteur, tant les grands magasins que les autres magasins de marchandises diverses ont enregistré de faibles hausses en avril. Les autres magasins de marchandises diverses ont poursuivi leur période de progression des ventes qui avait commencé au début de 1997. En ce qui a trait aux grands magasins, leurs ventes ont ralenti depuis février 1999 après avoir affiché de fortes hausses en décembre 1998 et en janvier 1999. Le ralentissement enregistré depuis février 1999 a ramené les ventes des grands magasins au niveau qu'elles avaient atteint au début de 1998.



**British Columbia and Saskatchewan posted the only gains**

Higher sales in the automotive and general merchandise sectors pushed up total retail sales in British Columbia by 1.3% in April. Retail sales in British Columbia have been increasing every month since October 1998 with the exception of a 1.3% decline in February. However, retail sales remained below the level observed in April 1998. Retail sales in British Columbia had generally been declining for most of 1998.

In Saskatchewan, rising sales in the automotive sector led to a 1.0% gain in total retail sales in both April and March. These gains were able to offset February's 1.9% decline. Retail sales in Saskatchewan have remained essentially flat since the beginning of 1998.

In April, consumers in Atlantic Canada reduced spending in retail stores by 3.0% after three months of advances. Within the Atlantic region, all provinces and retail sectors posted reduced sales. Prior to April's results, sales in Atlantic Canada had been increasing since the fall of 1998 in the wake of a period of stagnation during most of that year.

Retailers in Alberta (-1.2%), Manitoba (-0.8%), Quebec (-0.6%) and Ontario (-0.2%) reported lower sales in most sectors during April following sales advances in March. Alberta and Manitoba have shown weaker advances in retail sales since the beginning of 1998 compared with the previous two years. Despite setbacks in April for Quebec and Ontario, retailers in these provinces are showing strong increases on a year-over-year basis. Compared with April 1998, retail sales were up 4.1% in Quebec and 4.2% in Ontario.

**Related indicators for May**

For a fourth consecutive month, total employment remained essentially unchanged in May (-0.1%). Employment has generally been flat since the start of 1999 after experiencing a period of strong growth in the second half of 1998. Sources in the automotive industry indicated a reduction in the number of new motor vehicles sold in May. The number of housing starts fell for a second consecutive month, down 1.2% in May and 3.0% in April.

**La Colombie-Britannique et la Saskatchewan enregistrent les seuls gains**

En avril, des ventes plus fortes dans les secteurs de l'automobile et des magasins de marchandises diverses ont fait progresser de 1,3 % l'ensemble des ventes au détail en Colombie-Britannique. Dans cette province, les ventes au détail ont augmenté chaque mois depuis octobre 1998, à l'exception du mois de février 1999, où l'on avait enregistré une baisse de 1,3 %. Cependant, en avril, elles sont restées inférieures au niveau observé au cours du même mois de 1998. En Colombie-Britannique, les ventes au détail avaient généralement diminué durant la majeure partie de 1998.

Des ventes à la hausse dans le secteur de l'automobile ont entraîné une augmentation de 1,0 % de l'ensemble des ventes au détail en Saskatchewan, tant en mars qu'en avril. Les gains réalisés au cours de ces deux mois ont permis de neutraliser la baisse de 1,9 % qui avait été observée en février. En Saskatchewan, les ventes au détail n'ont pratiquement pas varié depuis le début de 1998.

En avril, les consommateurs des provinces de l'Atlantique ont réduit de 3,0 % leurs dépenses dans les magasins de vente au détail, après une progression qui avait duré trois mois. Dans la région de l'Atlantique, toutes les provinces et tous les secteurs de la vente au détail ont affiché une baisse des ventes en avril. Jusqu'en avril, les ventes au détail étaient à la hausse dans cette région depuis l'automne 1998, après une période de stagnation qui s'est poursuivie durant la majeure partie de 1998.

Les détaillants de l'Alberta (-1,2 %), du Manitoba (-0,8 %), du Québec (-0,6 %) ainsi que de l'Ontario (-0,2 %) ont signalé une diminution des ventes en avril dans la plupart des secteurs, après une progression observée en mars. Depuis le début de 1998, l'Alberta et le Manitoba ont enregistré des hausses plus faibles dans les ventes au détail, comparativement aux deux années antérieures. Malgré un recul observé en avril au Québec et en Ontario, les détaillants de ces provinces affichent de fortes hausses si l'on compare les ventes d'une année à l'autre. En avril, les ventes au détail au Québec et en Ontario ont augmenté respectivement de 4,1 % et de 4,2 % par rapport au même mois de 1998.

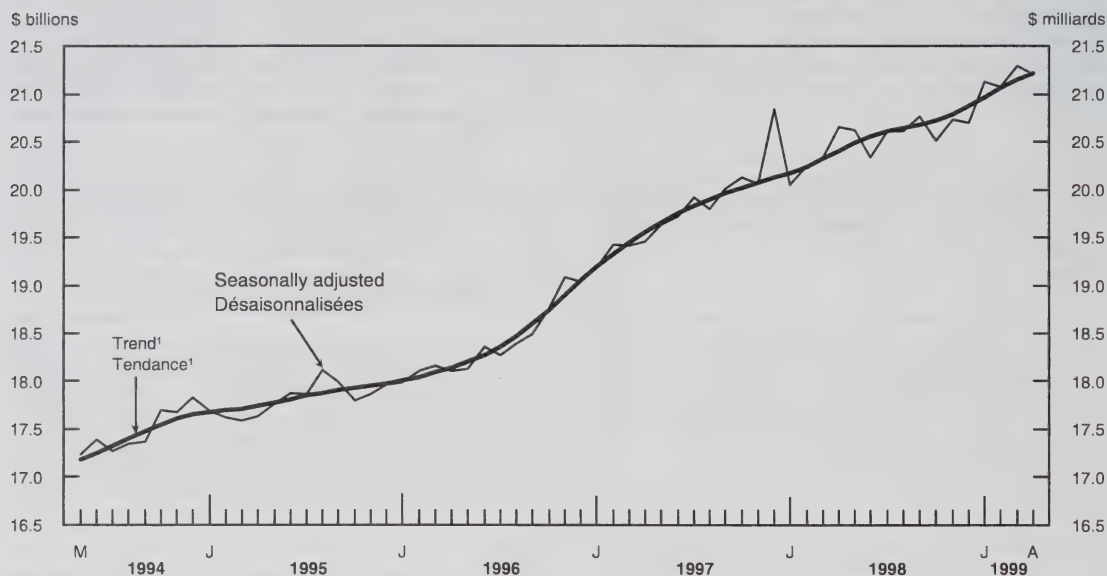
**Indicateurs connexes pour mai**

Pour un quatrième mois consécutif, l'emploi total est demeuré pratiquement inchangé en mai (-0,1 %). L'emploi total n'a généralement pas varié depuis le début de 1999, après une forte hausse au cours de la deuxième moitié de 1998. Des sources de l'industrie automobile ont signalé une réduction en mai du nombre de véhicules neufs vendus. Quant au nombre de mises en chantier, il a chuté pour un deuxième mois consécutif, ayant fléchi de 1,2 % en mai et de 3,0 % en avril.



## Retail Sales – Canada

## Canada Ventes au détail – Canada



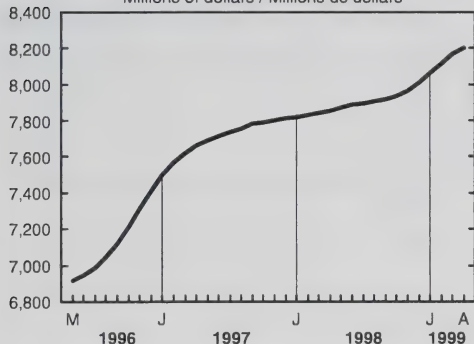
<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

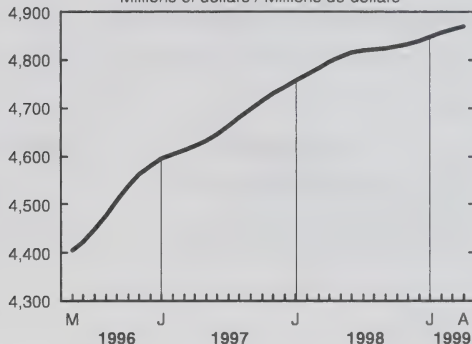


**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**

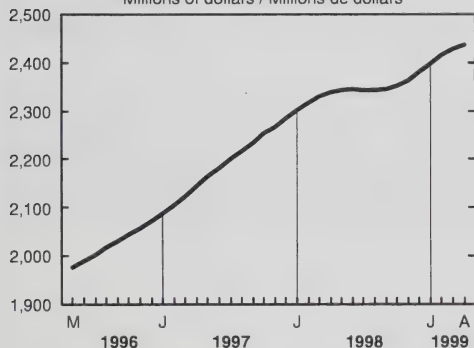
Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**

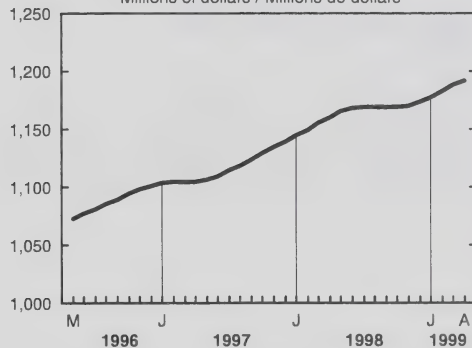
Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**

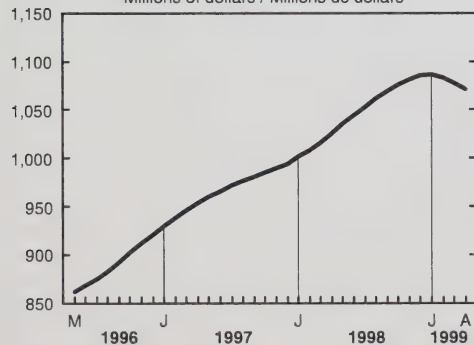
Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**

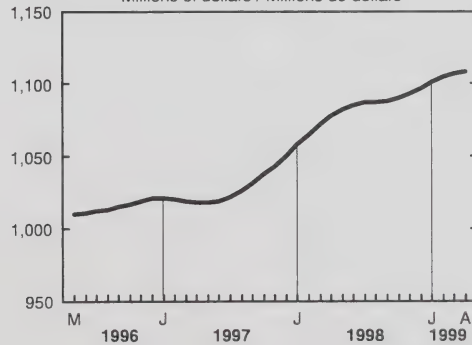
Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**

Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Médicaments**

Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



**Statistical  
Table**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	Year-to-date 1999 Cumulatif		
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,516.0	4,517.1	4,492.3	4,494.8	18,020.2	--	0.6
All other food stores	356.4	368.8	359.4	357.2	1,441.8	-3.4	2.6
Drugs and patent medicine stores	1,103.6	1,115.5	1,112.4	1,102.1	4,433.6	-1.1	0.3
Shoe stores	141.8	140.8	136.8	139.3	558.7	0.7	2.9
Men's clothing stores	127.5	129.7	128.5	126.0	511.7	-1.7	0.9
Women's clothing stores	369.5	373.4	374.0	374.6	1,491.5	-1.0	-0.2
Other clothing stores	559.3	555.1	546.3	530.9	2,191.6	0.8	1.6
Household furniture and appliance stores	853.9	883.8	885.7	888.8	3,512.2	-3.4	-0.2
Household furnishings stores	205.5	205.8	205.5	205.0	821.8	-0.1	0.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,630.5	5,703.6	5,627.9	5,544.3	22,506.3	-1.3	1.3
Gasoline service stations	1,381.9	1,316.2	1,284.3	1,287.4	5,269.8	5.0	2.5
Automotive parts, accessories and services	1,225.2	1,225.9	1,197.2	1,253.0	4,901.3	--	2.4
General merchandise stores	2,444.0	2,439.8	2,435.7	2,490.7	9,810.2	0.2	0.2
Other semi-durable goods stores	690.7	711.3	683.5	706.9	2,792.4	-2.9	4.1
Other durable goods stores	590.9	603.4	597.0	616.1	2,407.4	-2.1	1.1
Other retail stores	1,010.3	1,004.6	1,007.6	1,007.8	4,030.3	0.6	-0.3
<b>Total, all stores</b>	<b>21,207.0</b>	<b>21,294.7</b>	<b>21,074.2</b>	<b>21,125.0</b>	<b>84,700.9</b>	<b>-0.4</b>	<b>1.0</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	335.1	351.3	335.1	333.6	1,355.1	-4.6	4.8
Prince Edward Island	90.4	92.9	89.2	89.3	361.8	-2.7	4.1
Nova Scotia	631.1	657.6	659.0	654.5	2,602.2	-4.0	-0.2
New Brunswick	518.4	522.7	511.9	509.2	2,062.2	-0.8	2.1
Quebec	4,995.1	5,023.9	4,960.4	4,965.9	19,945.3	-0.6	1.3
Ontario	8,055.0	8,069.4	7,972.7	7,960.1	32,057.2	-0.2	1.2
Manitoba	747.6	753.9	747.5	750.8	2,999.8	-0.8	0.9
Saskatchewan	635.4	629.3	623.2	635.4	2,523.3	1.0	1.0
Alberta	2,341.3	2,369.2	2,359.6	2,374.2	9,444.3	-1.2	0.4
British Columbia	2,787.6	2,751.9	2,743.5	2,780.9	11,063.9	1.3	0.3
Yukon	27.2	26.6	28.0	26.1	107.9	2.3	-5.0
Northwest Territories	27.9	31.2	30.5	30.5	120.1	-10.6	2.3
Nunavut	14.9	14.9	13.5	14.3	57.6	-	10.4



Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
February 1999 Février	January 1999 Janvier	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
--	0.8	1.6	2.2	2.5	2.2	2.1
0.6	-0.5	-0.8	3.2	-0.5	-0.8	0.3
0.9	3.0	2.5	4.3	4.1	4.3	3.8
-1.8	--	-1.8	--	-5.7	0.5	-1.8
2.0	-2.3	-3.9	-1.9	-3.8	-6.3	-4.0
-0.2	3.5	-2.0	-0.7	0.5	3.1	0.2
2.9	2.5	10.3	9.0	5.8	6.0	7.8
-0.3	0.8	6.0	8.3	9.0	11.0	8.6
0.2	-1.3	2.9	2.5	3.1	5.1	3.4
1.5	1.5	3.0	8.5	7.8	6.6	6.4
-0.2	0.8	3.4	-1.2	-3.7	-3.8	-1.3
-4.5	2.1	0.3	4.5	2.9	8.9	4.1
-2.2	5.1	3.7	3.8	4.6	9.3	5.3
-3.3	2.7	1.3	5.2	0.3	5.7	3.1
-3.1	8.6	5.2	8.6	4.5	18.0	8.9
--	2.3	3.0	3.0	5.7	6.8	4.6
-0.2	2.0	2.7	4.7	4.1	5.4	4.2
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
0.4	3.2	5.5	10.7	4.5	4.0	6.2
-0.1	4.1	3.8	8.1	2.6	4.0	4.6
0.7	0.5	-0.4	5.0	3.5	4.3	3.1
0.5	3.1	1.6	4.2	7.1	3.5	4.1
-0.1	3.0	4.1	4.0	1.6	15.4	6.0
0.2	2.4	4.2	6.8	7.7	5.8	6.1
-0.4	1.8	1.4	3.5	6.0	1.4	3.1
-1.9	0.9	-0.2	-0.7	--	-4.7	-1.5
-0.6	0.6	0.5	4.7	2.8	-0.9	1.7
-1.3	1.0	-0.5	0.8	--	-1.5	-0.3
7.3	-0.4	7.5	1.9	10.7	-1.9	4.5
-	-30.5	-35.1	-29.9	-28.6	-29.4	-30.7
-5.6						



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,513.5	4,289.5	3,981.0	4,478.8	17,262.8
All other food stores	350.0	345.5	315.8	321.8	1,333.1
Drugs and patent medicine stores	1,090.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5	4,274.5
Shoe stores	143.3	109.0	81.3	108.4	442.0
Men's clothing stores	115.2	95.9	80.0	99.1	390.2
Women's clothing stores	362.4	308.3	252.2	274.3	1,197.2
Other clothing stores	502.9	466.9	356.9	387.0	1,713.7
Household furniture and appliance stores	772.4	791.5	689.3	743.7	2,996.9
Household furnishings stores	190.8	194.5	160.1	158.4	703.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,449.7	6,102.2	4,535.2	4,192.9	21,280.0
Gasoline service stations	1,337.4	1,255.9	1,106.0	1,183.5	4,882.8
Automotive parts, accessories and services	1,233.8	1,094.7	899.7	1,043.0	4,271.2
General merchandise stores	2,265.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7	7,930.6
Other semi-durable goods stores	620.5	553.7	478.6	513.0	2,165.8
Other durable goods stores	533.0	469.0	423.3	477.6	1,902.9
Other retail stores	950.7	863.0	776.8	800.3	3,390.8
<b>Total, all stores</b>	<b>21,431.7</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>76,138.7</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	335.3	323.3	256.8	262.5	1,177.9
Prince Edward Island	85.5	80.4	66.3	69.3	301.5
Nova Scotia	643.3	605.6	526.1	538.5	2,313.5
New Brunswick	523.5	478.8	398.4	403.2	1,803.9
Quebec	5,255.8	4,743.3	3,903.2	4,071.6	17,973.9
Ontario	8,029.3	7,611.6	6,415.9	6,645.6	28,702.4
Manitoba	748.0	714.7	600.6	635.2	2,698.5
Saskatchewan	633.7	585.4	500.4	551.0	2,270.5
Alberta	2,345.1	2,279.7	1,898.1	2,014.7	8,537.6
British Columbia	2,763.2	2,652.4	2,276.0	2,410.6	10,102.2
Yukon	25.9	24.6	20.6	20.4	91.5
Northwest Territories	28.1	31.3	25.6	26.2	111.2
Nunavut	15.3	14.5	12.0	12.4	54.2



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
3.3	3.9	2.3	-0.6	2.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-3.2	5.8	-0.3	-0.2	0.5	Tous les autres magasins d'alimentation
3.1	6.4	4.5	3.3	4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.4	3.0	-5.2	--	-0.2	Magasins de chaussures
-2.4	-1.6	-3.6	-9.7	-4.4	Magasins de vêtements pour hommes
--	0.5	1.3	3.8	1.3	Magasins de vêtements pour femmes
11.9	10.0	5.5	4.3	8.2	Autres magasins de vêtements
6.6	8.9	9.2	8.4	8.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.1	6.5	3.5	2.8	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.1	13.1	7.3	3.4	6.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.5	--	-4.5	-5.8	-1.4	Stations-service
0.1	7.7	2.9	5.7	3.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.5	7.6	5.6	8.0	6.1	Magasins de marchandises diverses
-0.3	9.0	--	4.0	3.0	Autres magasins de produits semi-durables
4.4	11.5	6.1	17.9	9.7	Autres magasins de produits durables
4.9	5.2	6.4	5.0	5.3	Autres magasins de vente au détail
<b>3.2</b>	<b>7.7</b>	<b>4.1</b>	<b>2.7</b>	<b>4.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
6.6	13.2	4.2	0.8	6.4	Terre-Neuve
5.4	10.3	3.0	0.3	4.9	Île-du-Prince-Édouard
1.0	7.6	4.3	0.7	3.4	Nouvelle-Écosse
3.3	7.5	7.0	0.7	4.6	Nouveau-Brunswick
4.6	6.7	1.6	11.7	6.0	Québec
4.5	10.8	7.6	3.4	6.5	Ontario
1.9	6.2	5.9	-1.0	3.2	Manitoba
0.3	2.3	-0.3	-6.3	-1.0	Saskatchewan
0.3	8.3	3.0	-3.0	2.1	Alberta
0.6	1.9	-0.3	-3.2	-0.2	Colombie-Britannique
7.0	6.5	10.8	-4.7	4.8	Yukon
-36.9	-27.2	-29.5	-29.6	-30.9	Territoires du Nord Ouest Nunavut



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	12,749.3	13,584.3	13,696.0	13,542.7	12,523.2
All other food stores	983.1	1,149.8	1,090.5	1,112.4	965.5
Drugs and patent medicine stores	3,184.1	3,495.8	3,202.6	3,206.4	3,039.4
Shoe stores	298.7	481.6	426.4	462.2	300.1
Men's clothing stores	275.1	560.5	347.6	383.4	290.2
Women's clothing stores	834.8	1,360.3	1,094.6	1,130.6	820.0
Other clothing stores	1,210.9	2,088.0	1,622.6	1,414.4	1,134.0
Household furniture and appliance stores	2,224.5	3,154.8	2,602.2	2,306.6	2,043.7
Household furnishings stores	513.0	719.6	627.0	590.8	491.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14,830.3	14,844.9	16,607.8	19,329.4	13,676.0
Gasoline service stations	3,545.5	3,855.8	4,164.4	4,015.1	3,671.7
Automotive parts, accessories and services	3,037.4	3,935.6	3,668.0	3,853.8	2,878.4
General merchandise stores	5,664.9	9,323.8	6,689.9	6,654.1	5,288.3
Other semi-durable goods stores	1,545.4	2,509.3	2,113.4	2,115.0	1,479.7
Other durable goods stores	1,369.9	2,151.1	1,742.1	1,632.5	1,224.7
Other retail stores	2,440.0	3,308.2	3,135.1	2,919.1	2,312.6
<b>Total, all stores</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>	<b>64,668.5</b>	<b>52,139.0</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	256.0	279.1	280.1	277.0	252.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	55.4	66.2	55.3	57.8	57.0
Shoe stores	2.5	4.6	3.7	3.7	2.4
Men's clothing stores	2.6	7.9	4.2	4.8	2.8
Women's clothing stores	9.1	21.4	13.3	12.6	8.6
Other clothing stores	10.2	24.7	16.3	12.3	8.8
Household furniture and appliance stores	24.2	43.7	29.7	23.5	18.6
Household furnishings stores	1.6	2.8	2.2	2.0	1.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	205.6	178.3	241.8	290.4	175.2
Gasoline service stations	60.8	76.1	82.4	75.9	68.8
Automotive parts, accessories and services	39.6	61.7	51.1	49.3	36.7
General merchandise stores	111.6	210.0	136.4	127.3	102.3
Other semi-durable goods stores	15.4	28.5	22.4	20.2	13.0
Other durable goods stores	7.6	17.5	12.1	9.5	6.5
Other retail stores	30.3	43.3	38.8	36.1	28.5
<b>Total, all stores</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>	<b>1,012.7</b>	<b>792.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
1.8	2.8	2.7	4.6	3.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1.8	0.8	0.3	3.8	-2.9	Tous les autres magasins d'alimentation
4.8	3.0	6.0	7.9	4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.5	-3.0	0.6	4.9	3.8	Magasins de chaussures
-5.2	1.5	-0.5	-1.3	3.9	Magasins de vêtements pour hommes
1.8	--	-0.3	3.8	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
6.8	7.5	9.1	6.7	5.5	Autres magasins de vêtements
8.8	9.0	8.8	7.7	8.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.4	7.3	6.6	1.8	6.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.4	-3.6	5.3	2.5	7.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-3.4	-8.0	-5.5	-4.3	-5.7	Stations-service
5.5	10.4	0.9	4.7	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.1	4.2	6.0	8.0	11.0	Magasins de marchandises diverses
4.4	3.2	-0.6	-1.1	-0.9	Autres magasins de produits semi-durables
11.9	7.3	11.3	16.0	18.8	Autres magasins de produits durables
5.5	7.3	5.7	8.1	7.8	Autres magasins de vente au détail
<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>5.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
1.3	4.6	-2.1	2.9	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.8	-2.2	-5.8	1.4	-0.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.2	-4.2	-	-2.6	-11.1	Magasins de chaussures
-7.1	33.9	55.6	45.5	64.7	Magasins de vêtements pour hommes
5.8	1.4	-0.7	-	4.9	Magasins de vêtements pour femmes
15.9	-	2.5	1.7	-12.0	Autres magasins de vêtements
30.1	23.1	9.2	-6.4	-7.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	-12.5	-	-9.1	-11.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
17.4	1.0	5.2	3.0	9.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-11.6	-0.9	-0.4	-4.0	-8.9	Stations-service
7.9	16.9	3.4	-1.6	6.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.1	4.7	6.7	9.0	17.2	Magasins de marchandises diverses
18.5	-5.0	-14.5	-16.5	-8.5	Autres magasins de produits semi-durables
16.9	7.4	2.5	-2.1	3.2	Autres magasins de produits durables
6.3	6.1	2.9	7.1	10.0	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	63.7	64.9	70.8	63.5	57.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	16.6	19.6	18.4	17.7	16.9
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	4.0	9.7	8.8	5.1	3.9
Household furniture and appliance stores	5.9	8.8	6.4	6.2	5.6
Household furnishings store	3.0	4.6	4.9	4.0	2.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	45.4	44.6	56.0	70.1	42.5
Gasoline service stations	20.9	24.3	31.8	27.1	24.7
Automotive parts, accessories and services	12.6	19.1	18.2	18.8	11.5
General merchandise stores	16.3	31.6	22.7	21.4	16.8
Other semi-durable goods stores	7.9	12.5	17.5	11.9	7.3
Other durable goods stores	3.0	6.1	5.5	3.9	2.6
Other retail stores	8.9	13.5	16.2	12.1	8.3
<b>Total, all stores</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>	<b>272.5</b>	<b>206.4</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	455.1	487.5	494.1	469.1	444.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	124.6	139.9	130.0	126.4	126.8
Shoe stores	4.7	7.8	6.9	7.2	4.7
Men's clothing stores	3.3	8.1	4.4	4.9	3.7
Women's clothing stores	23.8	44.7	32.4	29.0	20.0
Other clothing stores	25.7	55.4	38.3	28.7	23.1
Household furniture and appliance stores	45.9	68.5	51.4	43.6	40.6
Household furnishings store	11.8	15.2	10.3	8.8	7.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	431.7	431.1	495.2	601.8	418.6
Gasoline service stations	117.1	132.6	146.5	131.1	118.9
Automotive parts, accessories and services	86.6	124.4	110.0	113.2	79.2
General merchandise stores	164.2	311.5	198.3	190.1	149.8
Other semi-durable goods stores	45.0	79.0	68.8	66.0	42.1
Other durable goods stores	31.4	57.4	42.4	38.0	26.5
Other retail stores	80.3	113.0	112.7	99.1	75.9
<b>Total, all stores</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>	<b>1,981.1</b>	<b>1,601.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
11.4	5.4	9.6	7.8	8.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.8	3.2	5.7	3.5	-2.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
2.6	6.6	20.5	10.9	14.7	Autres magasins de vêtements
5.4	10.0	16.4	24.0	40.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
25.0	43.8	104.2	66.7	41.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.8	-4.1	-2.4	10.0	13.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-15.4	-24.5	-18.7	-9.1	-1.2	Stations-service
9.6	26.5	14.5	13.3	7.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-3.0	-5.4	-6.2	2.9	14.3	Magasins de marchandises diverses
8.2	1.6	1.2	-12.5	-26.3	Autres magasins de produits semi-durables
15.4	13.0	19.6	14.7	8.3	Autres magasins de produits durables
7.2	18.4	14.9	11.0	-3.5	Autres magasins de vente au détail
<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>6.1</b>	<b>6.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
2.3	3.5	-5.4	-0.5	-0.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.7	1.6	8.2	10.9	8.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	-4.9	-4.2	1.4	-13.0	Magasins de chaussures
-10.8	3.8	2.3	2.1	-2.6	Magasins de vêtements pour hommes
19.0	14.9	17.0	14.6	0.5	Magasins de vêtements pour femmes
11.3	9.9	16.1	11.2	2.7	Autres magasins de vêtements
13.1	11.9	14.5	13.5	23.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
51.3	34.5	14.4	17.3	18.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.1	0.3	-3.8	-0.6	11.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-1.5	5.6	14.7	15.0	0.5	Stations-service
9.3	10.2	-8.0	9.9	5.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.6	6.9	8.4	12.8	8.6	Magasins de marchandises diverses
6.9	11.1	18.6	13.8	4.2	Autres magasins de produits semi-durables
18.5	11.9	18.4	23.4	6.4	Autres magasins de produits durables
5.8	6.2	8.4	3.1	-5.7	Autres magasins de vente au détail
<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>4.9</b>	<b>5.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	353.8	392.0	389.0	376.0	345.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	80.3	91.5	82.3	80.7	78.2
Shoe stores	4.1	7.4	6.0	5.7	3.6
Men's clothing stores	5.1	11.4	6.3	5.9	4.3
Women's clothing stores	14.4	28.6	20.1	19.6	13.4
Other clothing stores	21.5	44.2	32.7	25.6	19.5
Household furniture and appliance stores	37.6	58.1	42.2	38.4	32.6
Household furnishings stores	9.5	14.6	12.9	11.7	8.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	336.5	300.6	402.7	504.7	311.0
Gasoline service stations	96.2	114.0	127.3	111.8	109.8
Automotive parts, accessories and services	73.6	108.4	97.3	102.5	68.2
General merchandise stores	129.3	246.3	165.2	159.2	123.3
Other semi-durable goods stores	37.8	56.1	47.6	47.1	27.5
Other durable goods stores	18.6	38.1	26.8	23.7	16.9
Other retail stores	49.0	71.8	73.6	63.2	44.5
<b>Total, all stores</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>	<b>1,591.7</b>	<b>1,218.2</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,334.3	3,506.8	3,498.5	3,423.3	3,203.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	681.0	730.6	716.1	730.4	697.8
Shoe stores	88.6	170.0	141.5	163.4	90.5
Men's clothing stores	60.3	120.9	78.0	93.8	60.5
Women's clothing stores	219.6	356.6	307.6	332.6	229.5
Other clothing stores	303.0	492.7	434.1	405.7	282.2
Household furniture and appliance stores	543.4	802.1	708.5	634.7	482.2
Household furnishings stores	90.2	135.8	125.8	127.2	84.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,580.8	3,526.2	3,976.1	4,675.6	3,100.2
Gasoline service stations	711.4	757.9	783.0	746.5	717.9
Automotive parts, accessories and services	722.2	978.2	870.5	980.6	737.8
General merchandise stores	1,116.8	1,741.5	1,322.1	1,357.3	1,050.5
Other semi-durable goods stores	299.5	477.7	479.3	495.9	327.0
Other durable goods stores	292.7	427.4	352.7	344.4	239.3
Other retail stores	371.0	513.6	446.0	473.9	329.1
<b>Total, all stores</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>	<b>15,334.7</b>	<b>11,932.3</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
2.5	6.9	4.8	4.4	3.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.7	4.0	12.6	0.7	-3.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
13.9	8.8	-1.6	3.6	-10.0	Magasins de chaussures
18.6	20.0	14.5	7.3	16.2	Magasins de vêtements pour hommes
7.5	2.9	-3.8	-5.8	-12.4	Magasins de vêtements pour femmes
10.3	10.2	19.8	14.8	-	Autres magasins de vêtements
15.3	11.1	12.5	4.1	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.1	10.6	-2.3	0.9	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.2	-17.8	6.5	5.9	25.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-12.4	-6.5	0.5	15.6	24.8	Stations-service
7.9	23.0	12.6	16.5	10.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.9	4.6	7.1	10.1	9.0	Magasins de marchandises diverses
37.5	11.3	6.0	8.0	-6.8	Autres magasins de produits semi-durables
10.1	10.4	13.6	25.4	15.0	Autres magasins de produits durables
10.1	22.1	20.7	20.6	7.2	Autres magasins de vente au détail
<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>7.8</b>	<b>10.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
4.1	6.1	3.6	0.6	0.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.4	-2.6	3.6	11.8	3.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.1	-3.6	-2.5	1.7	3.1	Magasins de chaussures
-0.3	5.4	2.0	-6.8	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes
-4.3	-7.5	-5.4	9.2	6.6	Magasins de vêtements pour femmes
7.4	9.2	9.7	6.5	-5.7	Autres magasins de vêtements
12.7	9.7	9.5	5.2	0.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	9.3	5.2	3.4	-1.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
15.5	1.3	0.9	-2.6	6.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-0.9	-10.5	-9.4	-14.4	-18.8	Stations-service
-2.1	4.2	-3.5	2.9	12.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	3.5	6.9	9.3	10.5	Magasins de marchandises diverses
-8.4	4.3	-5.0	-1.4	5.8	Autres magasins de produits semi-durables
22.3	8.4	13.6	20.3	12.5	Autres magasins de produits durables
12.7	13.7	-0.4	8.3	7.2	Autres magasins de vente au détail
<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>1.2</b>	<b>2.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,053.3	4,279.8	4,351.2	4,400.3	4,046.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,339.0	1,450.5	1,330.3	1,311.6	1,211.3
Shoe stores	121.1	179.1	162.2	173.9	118.2
Men's clothing stores	116.7	240.4	149.0	159.9	120.9
Women's clothing stores	336.0	555.3	426.5	441.1	322.9
Other clothing stores	473.4	827.5	580.2	500.4	434.3
Household furniture and appliance stores	819.0	1,121.1	937.5	819.5	752.3
Household furnishings stores	219.1	307.5	261.9	236.3	209.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,688.7	5,738.6	6,249.6	7,367.5	5,079.6
Gasoline service stations	1,392.1	1,491.6	1,548.4	1,498.4	1,343.1
Automotive parts, accessories and services	1,191.3	1,507.1	1,410.7	1,472.1	1,063.0
General merchandise stores	2,215.1	3,744.1	2,609.3	2,590.2	2,031.9
Other semi-durable goods stores	678.3	1,120.1	890.1	875.3	618.7
Other durable goods stores	532.0	881.9	688.3	644.7	475.2
Other retail stores	1,071.0	1,460.5	1,413.9	1,260.2	1,023.1
<b>Total, all stores</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>	<b>24,226.1</b>	<b>19,264.5</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	491.0	536.7	535.1	534.4	496.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	69.5	76.1	69.4	67.8	67.5
Shoe stores	8.9	15.5	12.5	12.8	9.0
Men's clothing stores	7.9	17.0	9.3	11.3	7.8
Women's clothing stores	21.9	34.4	27.2	27.4	20.1
Other clothing stores	37.5	67.3	48.3	43.4	35.9
Household furniture and appliance stores	72.6	103.2	80.2	71.5	68.8
Household furnishings stores	10.8	14.5	13.2	12.7	10.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	597.4	631.4	671.8	746.4	568.2
Gasoline service stations	139.5	144.4	156.3	151.9	132.8
Automotive parts, accessories and services	98.4	123.1	118.0	119.7	87.6
General merchandise stores	224.9	372.8	263.9	267.0	213.1
Other semi-durable goods stores	41.6	74.6	48.7	50.1	39.2
Other durable goods stores	41.2	61.7	52.2	54.6	39.3
Other retail stores	72.3	103.8	90.6	87.1	67.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>	<b>2,276.9</b>	<b>1,881.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
0.2	1.4	4.9	7.6	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
10.5	10.5	15.1	17.5	10.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.5	-4.5	1.1	5.8	4.3	Magasins de chaussures
-3.5	2.0	-1.3	0.6	2.8	Magasins de vêtements pour hommes
4.1	5.6	3.6	0.9	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
9.0	10.6	11.1	9.5	16.5	Autres magasins de vêtements
8.9	13.4	13.7	11.8	17.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.4	13.7	12.2	4.0	17.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
12.0	-0.3	12.7	11.8	13.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.6	-6.6	-6.2	-5.9	-9.1	Stations-service
12.1	15.7	4.6	6.2	1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.0	5.9	6.6	8.4	10.9	Magasins de marchandises diverses
9.6	5.2	4.5	1.4	0.4	Autres magasins de produits semi-durables
12.0	9.7	13.2	15.6	25.2	Autres magasins de produits durables
4.7	7.6	7.7	9.8	9.9	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>8.3</b>	<b>8.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
-1.0	5.0	3.5	-1.1	-2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.0	-0.3	3.6	2.1	-6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.1	11.5	12.6	10.3	7.1	Magasins de chaussures
1.3	4.9	-5.1	-2.6	4.0	Magasins de vêtements pour hommes
9.0	3.3	2.6	1.1	1.5	Magasins de vêtements pour femmes
4.5	2.3	4.3	4.6	-3.5	Autres magasins de vêtements
5.5	11.7	6.2	8.3	9.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.9	-6.5	-9.6	-	5.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.1	-7.7	2.2	4.0	9.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
5.0	-2.9	-0.4	0.2	-1.2	Stations-service
12.3	7.4	-0.9	--	-2.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.5	2.8	4.9	5.4	7.2	Magasins de marchandises diverses
6.1	-2.6	-10.6	-6.0	-9.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.8	-	8.8	12.8	18.7	Autres magasins de produits durables
6.6	5.1	7.3	6.7	7.4	Autres magasins de vente au détail
<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>3.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	425.5	473.0	484.8	478.0	429.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	97.8	106.1	98.3	96.9	96.9
Shoe stores	4.6	6.5	5.8	7.2	5.4
Men's clothing stores	6.4	13.0	8.1	9.1	7.2
Women's clothing stores	18.9	30.6	24.1	24.7	19.9
Other clothing stores	31.1	55.7	41.8	37.9	27.9
Household furniture and appliance stores	55.2	81.6	59.5	53.1	53.9
Household furnishings stores	15.8	20.6	19.5	18.5	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	411.0	462.6	490.3	542.8	443.8
Gasoline service stations	126.1	137.8	151.5	141.8	125.9
Automotive parts, accessories and services	103.6	139.6	142.8	126.5	103.6
General merchandise stores	204.5	325.8	240.9	238.5	195.5
Other semi-durable goods stores	35.2	57.0	43.6	49.6	37.9
Other durable goods stores	35.2	61.3	46.3	45.3	33.4
Other retail stores	53.7	75.4	71.4	67.2	52.7
<b>Total, all stores</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>	<b>1,952.2</b>	<b>1,662.2</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,463.9	1,593.4	1,578.7	1,536.3	1,393.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	300.3	338.7	288.3	294.1	286.1
Shoe stores	25.4	37.1	35.9	36.8	26.5
Men's clothing stores	37.7	72.3	43.6	49.0	44.4
Women's clothing stores	83.4	126.9	104.3	102.2	76.5
Other clothing stores	141.6	247.6	215.6	180.4	146.2
Household furniture and appliance stores	288.1	416.2	318.5	286.9	274.8
Household furnishings store	63.0	85.6	75.5	73.7	61.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,701.5	1,771.9	1,927.7	2,245.2	1,707.7
Gasoline service stations	406.4	435.7	484.5	470.1	428.4
Automotive parts, accessories and services	328.4	433.2	417.3	423.1	316.6
General merchandise stores	653.3	1,059.1	769.5	754.0	607.2
Other semi-durable goods stores	159.5	253.8	198.2	200.5	147.4
Other durable goods stores	161.1	256.1	212.2	200.5	153.8
Other retail stores	336.8	435.2	411.5	384.8	309.0
<b>Total, all stores</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>	<b>7,289.7</b>	<b>6,025.0</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-0.9	1.9	4.5	9.4	8.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.9	0.6	2.0	6.1	29.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-14.8	-7.1	-10.8	-4.0	-	Magasins de chaussures
-11.1	-3.0	-3.6	-5.2	-	Magasins de vêtements pour hommes
-5.0	-9.7	-9.7	-13.3	-2.0	Magasins de vêtements pour femmes
11.5	5.3	10.9	9.9	1.1	Autres magasins de vêtements
2.4	-2.6	5.7	6.8	21.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.9	-8.4	-6.3	-4.6	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
-7.4	-15.6	-5.4	-9.8	-2.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.2	-1.6	-0.4	-3.5	2.9	Stations-service
-	12.1	7.1	-9.1	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	2.1	5.7	6.5	13.9	Magasins de marchandises diverses
-7.1	-14.7	-3.5	-5.7	-16.5	Autres magasins de produits semi-durables
5.4	6.1	4.5	-0.4	9.5	Autres magasins de produits durables
1.9	-1.2	0.1	-3.6	0.4	Autres magasins de vente au détail
-1.5	-3.3	1.0	-1.2	4.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
5.1	8.5	9.6	9.7	3.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.0	-1.8	-4.5	-9.8	-4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.2	-2.6	12.5	22.3	14.2	Magasins de chaussures
-15.1	-4.5	1.6	9.1	21.6	Magasins de vêtements pour hommes
9.0	3.9	3.4	6.2	7.7	Magasins de vêtements pour femmes
-3.1	0.4	7.2	6.2	8.5	Autres magasins de vêtements
4.8	7.3	8.0	15.9	21.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.8	4.9	10.1	1.2	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.4	-11.8	6.6	-2.2	6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-5.1	-9.6	-7.0	-1.5	1.3	Stations-service
3.7	11.9	1.4	8.9	5.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.6	5.7	9.4	13.9	20.5	Magasins de marchandises diverses
8.2	2.4	-1.6	2.3	4.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.7	6.1	11.0	20.1	12.9	Autres magasins de produits durables
9.0	6.9	7.3	8.2	9.4	Autres magasins de vente au détail
2.8	0.2	5.7	4.6	7.2	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,806.3	1,921.7	1,961.9	1,934.3	1,809.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	412.7	469.0	407.1	416.0	394.2
Shoe stores	37.8	51.8	50.0	49.8	38.6
Men's clothing stores	33.7	65.1	41.8	42.9	37.2
Women's clothing stores	104.1	154.8	133.2	136.3	105.9
Other clothing stores	160.8	259.3	202.9	171.7	149.7
Household furniture and appliance stores	328.7	446.3	363.6	325.5	310.5
Household furnishings stores	87.8	117.8	100.0	95.0	88.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,798.4	1,730.4	2,060.8	2,246.8	1,799.1
Gasoline service stations	462.6	529.5	638.2	647.6	590.1
Automotive parts, accessories and services	371.4	428.3	418.2	434.2	365.0
General merchandise stores	777.0	1,220.7	905.6	896.8	749.1
Other semi-durable goods stores	220.3	342.4	289.4	291.3	214.8
Other durable goods stores	243.5	337.2	297.2	262.4	227.7
Other retail stores	357.8	467.7	448.4	422.6	365.1
<b>Total, all stores</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>	<b>8,517.6</b>	<b>7,375.4</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	46.6	49.5	51.8	50.5	45.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	0.9	1.5	1.2	1.3	0.9
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.0	5.1	4.5	3.8	3.8
Household furnishings stores	0.5	0.8	0.9	0.8	0.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	29.3	35.9	38.2	30.2
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	52.0	60.5	56.0	52.4	48.9
Other semi-durable goods stores	4.9	7.6	7.9	7.2	4.9
Other durable goods stores	3.5	6.5	6.4	5.6	3.6
Other retail stores	8.9	10.3	12.1	12.9	8.7
<b>Total, all stores</b>	<b>187.8</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>	<b>213.2</b>	<b>179.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
-0.2	-5.3	-6.1	3.6	0.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.7	-3.2	-6.1	-5.9	-5.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.1	-	0.4	3.1	1.8	Magasins de chaussures
-9.4	-6.2	-8.7	-9.3	1.9	Magasins de vêtements pour hommes
-1.7	-5.9	-4.4	3.4	--	Magasins de vêtements pour femmes
7.4	3.6	2.2	-1.8	2.7	Autres magasins de vêtements
5.9	-0.2	-2.5	-1.8	-7.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.0	-5.2	-3.2	-5.8	-0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
--	-7.4	-0.9	-5.6	-6.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-21.6	-13.2	-5.0	3.5	10.4	Stations-service
1.8	3.1	-4.0	3.0	0.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.7	-0.1	0.7	1.6	5.5	Magasins de marchandises diverses
2.6	-0.6	-7.4	-10.2	-9.9	Autres magasins de produits semi-durables
6.9	1.2	5.4	12.4	22.0	Autres magasins de produits durables
-2.0	0.8	2.1	4.2	5.5	Autres magasins de vente au détail
<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>-0.7</b>	<b>-0.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
2.9	-	-1.3	0.4	10.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-16.7	-7.7	-7.1	-18.2	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
5.3	-12.1	-4.3	-17.4	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-44.4	-20.0	12.5	-	12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	-4.9	-3.0	-14.0	-7.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	-1.1	2.9	-6.1	5.2	Magasins de marchandises diverses
-	-11.6	-10.2	-1.4	-14.0	Autres magasins de produits semi-durables
-2.8	12.1	18.5	-3.4	-	Autres magasins de produits durables
2.3	-	7.1	27.7	13.0	Autres magasins de vente au détail
<b>4.6</b>	<b>-0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>-2.1</b>	<b>3.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.0	24.1	26.6	24.5	21.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14.6	13.1	16.0	16.5	12.3
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	2.2	3.8	4.5	3.4	2.4
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>	<b>81.8</b>	<b>63.1</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	17.9	25.4	25.3	26.1	23.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	1.7	1.9	1.6	1.6	1.3
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	16.2	19.8	21.7	17.9
Gasoline service stations	x	5.5	4.8	4.5	5.6
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	1.9	3.8	3.4	3.9	2.6
Other durable goods stores	1.8	2.8	2.4	2.7	1.7
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>83.2</b>	<b>133.2</b>	<b>129.9</b>	<b>131.5</b>	<b>116.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Yukon</b>					
0.5	-3.2	1.5	-3.2	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
18.7	-3.0	1.3	-23.6	-	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-8.3	-13.6	-6.3	-10.5	-7.7	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
4.0	-0.8	5.0	-3.8	2.4	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Territoires du Nord Ouest</b>					
-23.5	2.8	-3.8	4.4	19.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
30.8	11.8	-	-5.9	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	-6.4	-6.6	-4.8	-13.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-26.9	-9.5	-12.8	8.3	-13.3	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
-28.5	--	-	-1.0	4.3	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	6.7				
All other food stores	-				
Drugs and patent medicine stores	-				
Shoe stores	-				
Men's clothing stores	-				
Women's clothing stores	-				
Other clothing stores	-				
Household furniture and appliance stores	-				
Household furnishings stores	-				
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x				
Gasoline service stations	x				
Automotive parts, accessories and services	x				
General merchandise stores	x				
Other semi-durable goods stores	0.7				
Other durable goods stores	x				
Other retail stores	x				
<b>Total, all stores</b>	<b>38.9</b>				



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Nunavut</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	92.8	95.5	94.4	95.9
All other food stores	87.0	92.5	93.7	89.4
Drugs and patent medicine stores	90.1	87.4	87.2	87.4
Shoe stores	91.4	95.5	96.4	94.2
Men's clothing stores	91.8	92.3	93.2	94.0
Women's clothing stores	86.5	94.1	94.1	93.7
Other clothing stores	94.6	95.6	96.5	95.9
Household furniture and appliance stores	92.7	94.7	95.5	94.7
Household furnishings stores	84.3	89.5	91.8	87.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.7	96.0	94.9	95.3
Gasoline service stations	90.7	94.9	94.2	93.6
Automotive parts, accessories and services	89.6	93.1	93.2	93.1
General merchandise stores	99.1	99.4	99.3	99.0
Other semi-durable goods stores	88.6	92.5	93.8	93.4
Other durable goods stores	88.8	92.9	91.6	93.0
Other retail stores	89.1	94.3	95.6	94.1
<b>Total, all stores</b>	<b>92.7</b>	<b>95.1</b>	<b>94.6</b>	<b>94.7</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	95.5	97.6	97.8	97.3
Prince Edward Island	92.3	92.8	92.7	93.0
Nova Scotia	92.8	97.1	96.6	96.4
New Brunswick	94.4	94.8	94.7	92.1
Quebec	92.6	95.5	93.9	93.4
Ontario	92.3	94.4	93.8	95.0
Manitoba	93.0	95.1	95.4	94.7
Saskatchewan	90.9	93.1	94.1	92.8
Alberta	93.0	95.7	96.2	95.4
British Columbia	93.5	95.5	95.3	95.7
Yukon	91.7	93.3	90.0	89.6
Northwest Territories	85.3	94.5	94.9	95.8
Nunavut	80.1	90.5	99.4	99.3



Tableau 4

Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				
April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.3	1.3	1.2	1.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
4.9	4.8	4.7	4.9	Tous les autres magasins d'alimentation
2.0	2.0	2.1	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.6	2.4	2.5	2.4	Magasins de chaussures
3.1	3.1	3.0	3.7	Magasins de vêtements pour hommes
2.8	3.0	2.7	2.0	Magasins de vêtements pour femmes
2.2	2.3	2.4	2.3	Autres magasins de vêtements
3.1	2.9	2.7	2.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.6	4.1	3.5	3.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.3	3.2	3.3	3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.3	2.3	2.3	2.3	Stations-service
2.3	2.5	2.7	2.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.8	0.9	0.9	0.8	Magasins de marchandises diverses
3.8	3.8	3.3	3.5	Autres magasins de produits semi-durables
3.1	2.9	3.0	3.6	Autres magasins de produits durables
2.1	1.6	1.8	1.7	Autres magasins de vente au détail
1.1	1.1	1.0	0.9	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
2.5	2.2	2.2	2.3	Terre-Neuve
1.4	1.7	1.5	1.5	Île-du-Prince-Édouard
4.6	4.2	6.1	3.8	Nouvelle-Écosse
3.3	2.7	2.6	2.4	Nouveau-Brunswick
2.9	2.9	2.7	2.2	Québec
1.9	2.0	1.8	1.6	Ontario
2.4	2.1	2.1	2.1	Manitoba
2.1	1.9	1.8	2.0	Saskatchewan
2.1	2.2	1.8	2.1	Alberta
1.6	1.5	1.4	1.4	Colombie-Britannique
0.3	0.4	0.4	0.5	Yukon
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest
-	-	-	-	Nunavut



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,516.0	4,517.1	4,492.3	4,494.8	4,457.9	4,489.0	4,454.7
All other food stores	356.4	368.8	359.4	357.2	358.9	357.2	366.0
Drugs and patent medicine stores	1,103.6	1,115.5	1,112.4	1,102.1	1,070.4	1,079.6	1,084.4
Shoe stores	141.8	140.8	136.8	139.3	139.2	133.7	135.1
Men's clothing stores	127.5	129.7	128.5	126.0	129.0	133.4	131.4
Women's clothing stores	369.5	373.4	374.0	374.6	361.8	372.6	362.1
Other clothing stores	559.3	555.1	546.3	530.9	517.8	542.0	540.3
Household furniture and appliance stores	853.9	883.8	885.7	888.8	881.6	866.9	856.5
Household furnishings stores	205.5	205.8	205.5	205.0	207.6	219.0	206.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,630.5	5,703.6	5,627.9	5,544.3	5,464.6	5,429.7	5,246.4
Gasoline service stations	1,381.9	1,316.2	1,284.3	1,287.4	1,276.6	1,273.5	1,289.2
Automotive parts, accessories and services	1,225.2	1,225.9	1,197.2	1,253.0	1,226.7	1,218.1	1,222.4
General merchandise stores	2,444.0	2,439.8	2,435.7	2,490.7	2,369.8	2,341.2	2,349.6
Other semi-durable goods stores	690.7	711.3	683.5	706.9	688.5	711.7	706.6
Other durable goods stores	590.9	603.4	597.0	616.1	567.1	571.5	575.3
Other retail stores	1,010.3	1,004.6	1,007.6	1,007.8	985.1	995.9	985.1
<b>Total, all stores</b>	<b>21,207.0</b>	<b>21,294.7</b>	<b>21,074.2</b>	<b>21,125.0</b>	<b>20,702.5</b>	<b>20,734.9</b>	<b>20,511.1</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	335.1	351.3	335.1	333.6	323.3	333.6	329.4
Prince Edward Island	90.4	92.9	89.2	89.3	85.8	86.2	85.6
Nova Scotia	631.1	657.6	659.0	654.5	651.1	646.1	641.0
New Brunswick	518.4	522.7	511.9	509.2	493.8	496.0	486.1
Quebec	4,995.1	5,023.9	4,960.4	4,965.9	4,823.3	4,834.1	4,775.3
Ontario	8,055.0	8,069.4	7,972.7	7,960.1	7,775.3	7,835.7	7,739.0
Manitoba	747.6	753.9	747.5	750.8	737.4	735.1	726.3
Saskatchewan	635.4	629.3	623.2	635.4	629.6	626.6	625.4
Alberta	2,341.3	2,369.2	2,359.6	2,374.2	2,360.4	2,347.0	2,316.3
British Columbia	2,787.6	2,751.9	2,743.5	2,780.9	2,752.4	2,725.1	2,718.6
Yukon	27.2	26.6	28.0	26.1	26.2	26.2	25.7
Northwest Territories	27.9	31.2	30.5	30.5	43.9	43.3	42.3
Nunavut	14.9	14.9	13.5	14.3			



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,465.5	4,435.4	4,479.5	4,463.5	4,459.6	4,444.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
357.1	359.6	362.2	359.3	360.2	359.4	Tous les autres magasins d'alimentation
1,078.0	1,090.8	1,095.5	1,083.3	1,092.3	1,076.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
134.9	138.0	138.4	133.4	148.7	144.4	Magasins de chaussures
132.8	133.8	130.6	127.1	130.8	132.7	Magasins de vêtements pour hommes
363.7	364.8	366.5	353.3	372.5	377.0	Magasins de vêtements pour femmes
534.6	535.2	531.3	508.7	515.1	507.0	Autres magasins de vêtements
849.6	863.9	871.3	844.9	837.8	805.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
203.4	204.0	199.4	199.1	195.4	199.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,564.1	5,462.6	5,374.2	5,356.5	5,426.0	5,464.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,291.8	1,303.7	1,310.3	1,297.9	1,329.4	1,336.0	Stations-service
1,201.6	1,189.4	1,200.0	1,171.6	1,199.1	1,222.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,342.7	2,318.5	2,337.0	2,249.2	2,334.4	2,357.4	Magasins de marchandises diverses
693.6	680.1	681.1	664.2	684.9	681.9	Autres magasins de produits semi-durables
571.1	562.5	568.1	561.1	563.1	561.7	Autres magasins de produits durables
985.0	973.8	965.7	960.0	970.4	980.5	Autres magasins de vente au détail
<b>20,769.5</b>	<b>20,616.1</b>	<b>20,611.1</b>	<b>20,333.0</b>	<b>20,619.8</b>	<b>20,650.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
331.3	317.4	323.6	326.0	323.6	317.6	Terre-Neuve
87.6	88.0	88.8	88.2	87.7	87.1	Île-du-Prince-Édouard
639.0	640.2	641.6	630.8	634.5	633.7	Nouvelle-Écosse
497.7	497.4	502.2	499.6	504.1	510.4	Nouveau-Brunswick
4,782.1	4,768.2	4,766.3	4,642.3	4,727.4	4,798.1	Québec
7,823.5	7,788.5	7,726.7	7,674.8	7,810.4	7,730.2	Ontario
752.2	730.1	728.7	728.7	722.8	737.1	Manitoba
651.9	638.9	634.3	624.7	629.9	636.7	Saskatchewan
2,408.2	2,342.6	2,357.6	2,310.4	2,340.6	2,330.0	Alberta
2,727.0	2,736.3	2,773.0	2,741.6	2,771.9	2,801.1	Colombie-Britannique
26.3	26.7	26.2	25.6	25.2	25.3	Yukon
42.7	41.8	42.1	40.3	41.6	43.0	Territoires du Nord Ouest Nunavut



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,513.5	4,289.5	3,981.0	4,478.8	4,739.8	4,180.4	4,664.1
All other food stores	350.0	345.5	315.8	321.8	443.2	339.7	366.9
Drugs and patent medicine stores	1,090.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5	1,342.0	1,055.7	1,098.1
Shoe stores	143.3	109.0	81.3	108.4	176.8	150.5	154.4
Men's clothing stores	115.2	95.9	80.0	99.1	262.2	158.5	139.8
Women's clothing stores	362.4	308.3	252.2	274.3	583.8	394.6	381.8
Other clothing stores	502.9	466.9	356.9	387.0	892.5	607.1	588.3
Household furniture and appliance stores	772.4	791.5	689.3	743.7	1,306.5	944.1	904.1
Household furnishings stores	190.8	194.5	160.1	158.4	264.0	237.1	218.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,449.7	6,102.2	4,535.2	4,192.9	4,732.2	4,926.3	5,186.3
Gasoline service stations	1,337.4	1,255.9	1,106.0	1,183.5	1,261.3	1,254.1	1,340.3
Automotive parts, accessories and services	1,233.8	1,094.7	899.7	1,043.0	1,349.6	1,317.5	1,268.5
General merchandise stores	2,265.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7	3,953.3	2,863.6	2,507.0
Other semi-durable goods stores	620.5	553.7	478.6	513.0	1,073.3	749.8	686.2
Other durable goods stores	533.0	469.0	423.3	477.6	1,069.7	559.6	521.8
Other retail stores	950.7	863.0	776.8	800.3	1,365.8	934.7	1,007.6
<b>Total, all stores</b>	<b>21,431.7</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>	<b>21,033.7</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	335.3	323.3	256.8	262.5	394.5	343.2	339.7
Prince Edward Island	85.5	80.4	66.3	69.3	102.9	84.0	86.6
Nova Scotia	643.3	605.6	526.1	538.5	788.4	654.7	656.3
New Brunswick	523.5	478.8	398.4	403.2	590.6	499.4	508.3
Quebec	5,255.8	4,743.3	3,903.2	4,071.6	5,432.2	4,712.7	4,933.4
Ontario	8,029.3	7,611.6	6,415.9	6,645.6	9,604.9	7,943.4	7,861.9
Manitoba	748.0	714.7	600.6	635.2	898.4	736.1	763.1
Saskatchewan	633.7	585.4	500.4	551.0	759.7	633.4	670.6
Alberta	2,345.1	2,279.7	1,898.1	2,014.7	2,873.0	2,351.7	2,395.0
British Columbia	2,763.2	2,652.4	2,276.0	2,410.6	3,293.2	2,651.0	2,750.8
Yukon	25.9	24.6	20.6	20.4	28.2	23.4	25.5
Northwest Territories	28.1	31.3	25.6	26.2	50.2	40.6	42.4
Nunavut	15.3	14.5	12.0	12.4			



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	April 1998 Avril	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,382.8	4,504.8	4,808.4	4,445.8	4,725.6	4,371.3	17,262.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
345.6	359.2	385.8	369.2	381.7	361.5	1,333.1	Tous les autres magasins d'alimentation
1,051.8	1,063.0	1,087.8	1,062.5	1,086.4	1,057.5	4,274.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
148.2	147.9	130.4	146.1	173.4	142.7	442.0	Magasins de chaussures
122.3	112.1	113.2	132.9	132.5	118.0	390.2	Magasins de vêtements pour hommes
387.7	348.5	358.4	357.9	410.5	362.3	1,197.2	Magasins de vêtements pour femmes
565.3	582.9	474.4	470.7	494.4	449.3	1,713.7	Autres magasins de vêtements
883.0	860.9	858.2	812.7	769.0	724.9	2,996.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
210.8	209.0	207.3	212.8	193.0	185.0	703.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,580.8	5,206.4	5,820.6	6,503.4	6,570.1	6,255.9	21,280.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,302.3	1,406.6	1,455.6	1,369.0	1,366.5	1,279.6	4,882.8	Stations-service
1,183.2	1,160.0	1,324.8	1,294.6	1,326.8	1,232.4	4,271.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,238.9	2,254.0	2,197.0	2,168.7	2,295.6	2,189.8	7,930.6	Magasins de marchandises diverses
699.3	700.8	713.4	711.3	781.1	622.6	2,165.8	Autres magasins de produits semi-durables
548.5	599.3	594.2	552.6	569.4	510.4	1,902.9	Autres magasins de produits durables
966.9	1,046.8	1,121.5	992.7	1,020.3	906.1	3,390.8	Autres magasins de vente au détail
<b>20,617.3</b>	<b>20,562.2</b>	<b>21,650.8</b>	<b>21,603.0</b>	<b>22,296.1</b>	<b>20,769.4</b>	<b>76,138.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
321.1	329.2	350.9	347.6	350.6	314.6	1,177.9	Terre-Neuve
86.6	98.7	105.9	97.7	93.6	81.1	301.5	Île-du-Prince-Édouard
621.3	656.2	688.1	671.0	673.3	636.8	2,313.5	Nouvelle-Écosse
497.5	509.2	542.9	541.7	543.2	506.8	1,803.9	Nouveau-Brunswick
4,758.4	4,746.9	5,075.9	4,978.5	5,330.4	5,025.8	17,973.9	Québec
7,818.3	7,634.3	8,022.8	8,166.3	8,376.4	7,683.3	28,702.4	Ontario
736.5	726.2	753.1	768.0	774.8	734.1	2,698.5	Manitoba
641.9	639.9	661.8	658.9	661.6	631.7	2,270.5	Saskatchewan
2,349.8	2,351.3	2,429.6	2,443.8	2,507.3	2,338.6	8,537.6	Alberta
2,717.7	2,797.5	2,941.6	2,856.4	2,913.4	2,747.8	10,102.2	Colombie-Britannique
26.6	30.6	32.4	30.2	27.4	24.2	91.5	Yukon
41.7	42.4	45.9	43.0	44.0	44.5	111.2	Territoires du Nord Ouest
						54.2	Nunavut



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	92.1	90.2	74.9	75.1	332.3
Prince Edward Island	22.9	22.7	19.0	19.5	84.1
Nova Scotia	178.0	178.9	147.0	154.5	658.4
New Brunswick	139.7	131.6	110.8	115.8	497.9
Quebec	1,513.3	1,321.8	1,117.2	1,256.2	5,208.5
Ontario	2,612.4	2,465.3	2,141.4	2,243.0	9,462.1
Manitoba	210.7	201.4	164.4	171.0	747.5
Saskatchewan	192.2	181.5	155.8	167.4	696.9
Alberta	710.6	700.2	594.6	618.5	2,623.9
British Columbia	895.8	873.2	737.0	796.1	3,302.1
Yukon	5.3	5.2	4.2	4.1	18.8
Northwest Territories	11.7	11.6	9.8	9.6	42.7
Nunavut	11.9	11.4	9.4	10.0	42.7
<b>Total</b>	<b>6,596.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>	<b>23,717.9</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	92.1	90.2	74.9	75.1	171.5	140.0	115.7
Prince Edward Island	22.9	22.7	19.0	19.5	44.9	30.0	28.1
Nova Scotia	178.0	178.9	147.0	154.5	334.3	243.2	210.0
New Brunswick	139.7	131.6	110.8	115.8	247.8	184.3	164.2
Quebec	1,513.3	1,321.8	1,117.2	1,256.2	2,214.4	1,623.4	1,617.6
Ontario	2,612.4	2,465.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2	3,135.9	2,835.5
Manitoba	210.7	201.4	164.4	171.0	358.5	249.0	229.6
Saskatchewan	192.2	181.5	155.8	167.4	316.7	224.9	216.7
Alberta	710.6	700.2	594.6	618.5	1,240.4	862.3	790.6
British Columbia	895.8	873.2	737.0	796.1	1,502.0	999.9	962.4
Yukon	5.3	5.2	4.2	4.1	8.5	5.8	6.7
Northwest Territories	11.7	11.6	9.8	9.6	29.1	21.9	22.9
Nunavut	11.9	11.4	9.4	10.0			
<b>Total</b>	<b>6,596.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>	<b>10,924.3</b>	<b>7,720.6</b>	<b>7,200.0</b>



**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

**Tableau 8**  
**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région**  
**(estimations historiques)**

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

Statistique Canada - n° 63-005 au catalogue 29



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonné				
	Price Index  Indice des prix	Current Dollars  Dollars courants	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1997</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,431.7	3.2	19,503.7	1.7
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1997</b>
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		Janvier
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Février
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	...	<b>220,955.1</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	--		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	...	<b>229,054.6</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
110.0	21,074.2	-0.2	19,610.4	-0.2		Février
108.2	21,294.7	1.0	19,688.4	0.4		Mars
108.8	21,207.0	-0.4	19,483.9	-1.0		Avril
						Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



**110 Gasoline Service Stations**

6331 Gasoline service stations

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**

6341 Home and auto supply stores

6342 Tire, battery, parts and accessories stores

6351 Garages (general repairs)

6352 Paint and body repair shops

6353 Muffler replacement shops

6354 Motor vehicle glass replacement shops

6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops

6359 Other motor vehicle repair shops

6391 Car washes

6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**

6411 Department stores

6412 General stores

6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511 Book and stationery stores

6521 Florist shops

6522 Lawn and garden centres

6531 Hardware stores

6532 Paint, glass and wallpaper stores

6581 Toy and hobby stores

6582 Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**

6541 Sporting goods stores

6542 Bicycle shops

6551 Musical instrument stores

6552 Record and tape stores

6561 Jewellery stores

6562 Watch and jewellery repair shops

6571 Camera and photographic supply stores

**160 Other Retail Stores**

6021 Liquor stores

6022 Wine stores

6023 Beer stores

6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.

6592 Opticians' shops

6593 Art galleries and artists' supply stores

6594 Luggage and leather goods stores

6595 Monument and tombstone dealers

6596 Pet stores

6597 Coin and stamp dealers

6598 Mobile home dealers

6599 Other retail stores, n.e.c.

**110 Stations-service**

6331 Stations-service

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile

6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires

6351 Garages (réparations générales)

6352 Ateliers de peinture et de carrosserie

6353 Ateliers de remplacement de silencieux

6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles

6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles

6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles

6391 Lave-autos

6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**

6411 Magasins à rayons

6412 Magasins généraux

6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**

6511 Librairies et papeteries

6521 Fleuristes

6522 Centres de jardinage

6531 Quincailleries

6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint

6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir

6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**

6541 Magasins d'articles de sport

6542 Magasins de bicyclettes

6551 Magasins d'instruments de musique

6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques

6561 Bijouteries

6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux

6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021 Magasins de spiritueux

6022 Magasins de vin

6023 Magasins de bière

6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.

6592 Opticiens

6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes

6594 Magasins de bagages et de maroquinerie

6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales

6596 Magasins d'animaux de maison

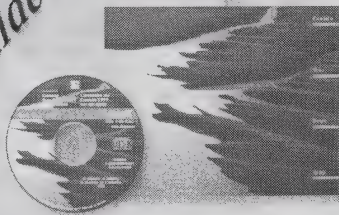
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres

6598 Marchands de maisons mobiles

6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



## Your Guide from Coast to Coast!



THE CANADIAN REFERENCE THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS ABOUT CANADA, AND EVEN THOSE YOU NEVER THOUGHT TO ASK, IS NOW AVAILABLE AS A CAPTIVATING BOOK, AS A USER-FRIENDLY CD-ROM AND AS A PRACTICAL COMBINATION PACKAGE. CONVENIENT AT WORK, SCHOOL AND HOME, CANADA YEAR BOOK 1999 BOTH DISPLAYS AND ANALYZES THE COMPLEXITIES OF LIVING AND WORKING IN CANADA TODAY.

Time and time again, you will turn to *Canada Year Book 1999* for penetrating articles, accurate statistics, clear tables, informative graphs and exquisite photographs spotlighting key trends and changes in our social, political and economic lives.

Choose *Canada Year Book 1999* or *Canada Year Book 1999 on CD-ROM* as your reference companion. You can order the book (cat. no. 11-402-XPB99001) for \$54.95, the CD-ROM (cat. no. 11-402-XCB99001) for \$74.95, OR the Book/CD-ROM Combination Package (cat. no. 10-3005XKE99001) available at the special price of \$123.41. (Prices exclude shipping and handling as well as applicable taxes.)

To order, call toll-free 1 800 267-6677, fax toll-free 1 877 287-4369 or write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also e-mail your order to: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

## Votre guide d'un océan à l'autre!



L'OUTIL DE RÉFÉRENCE CANADIEN QUI RÉPOND À TOUTES VOS QUESTIONS, MÊME À CELLES QUE VOUS N'AVEZ PAS ENCORE POSÉES, EST PRÉSENTÉ EN UN LIVRE CAPTIVANT, UN CD-ROM CONVIVIAL ET UN ENSEMBLE LIVRE ET CD-ROM PRATIQUE. UTILE AU TRAVAIL, À L'ÉCOLE ET À LA MAISON, L'ANNUAIRE DU CANADA 1999 DÉPEINT ET ANALYSE LES COMPLEXITÉS DE LA VIE ET DU TRAVAIL D'AUJOURD'HUI AU CANADA.

Vous consulterez l'*Annuaire du Canada 1999* encore et encore pour obtenir des articles percutants, des statistiques précises, des tableaux clairs, des graphiques informatifs et des photographies exceptionnelles qui mettent en évidence les tendances et les changements importants survenus aux plans social, politique et économique.

Choisissez l'*Annuaire du Canada 1999* ou l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* comme compagnon de référence. Vous pouvez commander le livre (n° 11-402-XPB99001 au catalogue) au prix de 54,95 \$, le CD-ROM (n° 11-402-XCB99001 au catalogue) au prix de 74,95 \$ ou l'ensemble livre et CD-ROM (n° 10-3005XKE99001 au catalogue) au prix réduit de 123,41 \$. (Les frais de port et de manutention ainsi que les taxes ne sont pas compris dans les prix indiqués.)

Pour commander, téléphonez sans frais au 1 800 267-6677, télécopiez sans frais au 1 877 287-4369 ou écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi faire parvenir votre commande par courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada de votre région (la liste des centres figure dans la présente publication).



Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) and try out a FREE DEMO of CYB99 on CD-ROM or download the FREE CYB99 Teacher's Kit!

Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et essayez notre DÉMONSTRATEUR GRATUIT de l'*Annuaire du Canada 1999* sur CD-ROM ou téléchargez notre Trousse de l'enseignant pour l'*Annuaire du Canada* GRATUITE!





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

	Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.	SUBTOTAL	
	Subscription will begin with the next issue to be released.	DISCOUNT (if applicable)	
	Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)	
	Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)	
	Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)	
	GST Registration # R121491807	GRAND TOTAL	
			PF 097019

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

Canada





# Canada



# Forgetting Something?

Changing companies or even moving with the same company can be a very exciting time! So many things to do and so many details to look after... and then there's the packing... yikes!

There is one step that is essential to ensuring that you reach your destination with all the tools you need to do the job...

## Let us know where you're moving to!

Don't forget to give us your new address so that you can continue to receive your subscriptions. To ensure that you don't miss an issue, please fill in the form below and fax a copy to 1-800-889-9734.

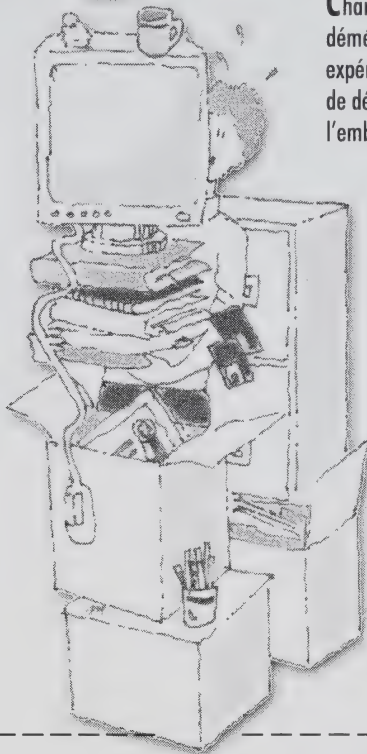
# Vous oubliez quelque chose?

Changer de compagnie ou même déménager avec la compagnie peut être une expérience très excitante! Tant de choses à faire et de détails à considérer... et puis il y a l'emballage... aah!

Il existe un élément essentiel afin de garantir que vous atteigniez votre destination avec tous les outils dont vous avez besoin pour faire votre travail...

## Faites-nous savoir où vous déménagez!

N'oubliez pas de nous communiquer votre nouvelle adresse afin que vous puissiez continuer de profiter de vos abonnements. Afin que vous ne ratiez aucun numéro, veuillez remplir la formule ci-dessous et envoyer une télécopie au 1-800-889-9734.



## I've moved!

Please update the address  
on all my subscriptions.

## J'ai déménagé!

Veuillez mettre à jour l'adresse  
de tous mes abonnements.

Customer Number / Client n°

Name / Nom

Company / Compagnie

Department / Ministère

Attention

Address / Adresse

City/ Ville

Province

Postal Code / Code postal

( )

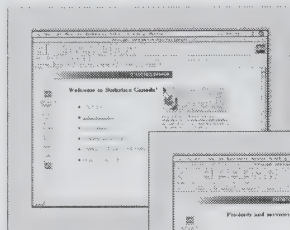
( )

Phone / Téléphone

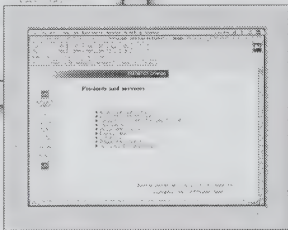
Fax / Télécopieur



# GET Connected



TO STATISTICS  
CANADA'S  
ON-LINE  
CATALOGUE  
OF PRODUCTS  
AND SERVICES



Internet users now can link up to **Information on Products and Services (IPS)**, Statistics Canada's newly expanded on-line catalogue.

Up-to-date and complete, **IPS** is a fully searchable listing of all current Statistics Canada publications, research papers, electronic products and services. It is the most extensive reference source available on all of Statistics Canada's information assets.

As part of our World Wide Web site, the **IPS** connects users to more than 2,000 entries documenting the full range of Statistics Canada products and services. With **IPS**, you find what you want, when you want it. Whether you're searching for the latest census information, health sector tables or news-breaking economic reports, **IPS** has it listed.

Not sure exactly what you're looking for? No problem! **IPS** features a powerful **search tool** that locates thematically related products and services in a matter of seconds. Just type in the word that fits best and the system will point you to the sources where information is available. It's that easy.

## YOUR INTERNET ACCESS ROUTE TO STATISTICS CANADA DATA

To start your search, go to "Products and Services" and then click on "Catalogue". Simple on-screen directions will guide you along.

As you will see, **IPS** provides you with key information on Statistics Canada releases: who to contact for customized data retrievals, what you can download either **free of charge** or at cost, and how you can obtain what you see listed on-screen. **IPS** also highlights time-saving features of the products and services we sell from our nine reference centres across Canada. It's the kind of information you need most when making those important purchase decisions.

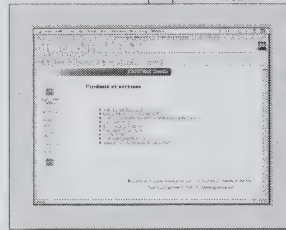
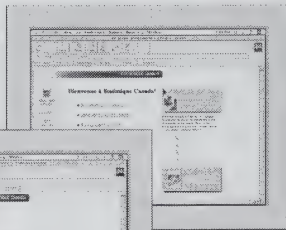
The Statistics Canada Web Site "is full of interesting facts and figures. There is no better place to get the big picture on the Canadian economy."

— David Zgodzinski  
The Globe and Mail

- Visit our Web site **TODAY** and discover how easily **IPS** can work for you.

# Branchez- VOUS

AU CATALOGUE  
EN LIGNE DES  
PRODUITS ET  
SERVICES DE  
STATISTIQUE  
CANADA



Les internautes peuvent maintenant se relier au nouveau catalogue augmenté de Statistique Canada, **Information sur des**

**produits et services (IPS)**. À jour et complet, **IPS** offre une liste détaillée et facile à consulter des documents de recherche, produits électroniques, services et publications actuels de Statistique Canada. Il constitue la source de référence la plus complète sur les fonds d'information de l'agence.

Accessible à partir de notre site Web, **IPS** relie les utilisateurs à plus de 2 000 entrées décrivant la gamme complète des produits et services de Statistique Canada et leur permet de trouver ce qu'ils cherchent au moment où ils en ont besoin. Quelle que soit l'information recherchée, renseignements du plus récent recensement, tableaux sur le secteur de la santé ou rapports d'actualité sur l'économie, vous la trouverez dans **IPS**.

Vous ne savez pas exactement ce que vous cherchez? Aucun problème! **IPS** offre un **outil de recherche** puissant qui permet de repérer en quelques secondes les produits et services associés à un thème particulier. Il suffit de taper le mot qui décrit le mieux l'information recherchée pour que le système vous indique les sources où elle figure. C'est tout aussi simple que cela.

## VOTRE CHEMIN D'ACCÈS INTERNET VERS LES DONNÉES DE STATISTIQUE CANADA

Pour commencer votre recherche, choisissez «Produits et services» puis cliquez sur «Catalogue». Des directives simples à l'écran vous aideront à naviguer.

Vous constaterez que **IPS** offre des renseignements essentiels sur les produits offerts par Statistique Canada : personne-ressource pour l'adaptation des extractions de données, ce que vous pouvez télécharger **gratuitement** ou moyennant des frais, comment obtenir les produits ou services qui figurent dans la liste à l'écran. **IPS** vous fait aussi gagner du temps en vous présentant les points saillants des produits et services vendus dans nos neuf centres de consultation au Canada. C'est le genre d'information essentielle dont vous avez besoin pour prendre des décisions d'acquisition importantes.

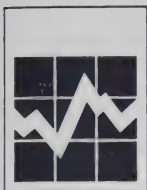
Le site Web de Statistique Canada «regorge de faits et chiffres intéressants. Aucune autre source n'offre une meilleure perspective globale sur l'économie canadienne.»

— David Zgodzinski  
The Globe and Mail

- Visitez notre site Web dès **AUJOURD'HUI** et découvrez la souplesse et l'efficacité de **IPS**.

<http://www.statcan.ca>





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

May 1999

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Mai 1999

Government  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	viii
For Further Reading	x

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	viii
Lectures suggérées	x

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro d'été 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

In May, sluggish sales by motor and recreational vehicle dealers dampened an otherwise strong month for retailers. Total retail sales reached \$21.3 billion, up 0.4% from April. This followed a 0.2% decline in April. Excluding sales by motor and recreational vehicle dealers, retail sales advanced 1.4% in May.

Sales by retailers have been increasing since the fall of 1998 after slowing down in the summer and spring of that year. Before the spring of 1998, increased retail sales were generally seen in 1997 and 1996. Rising employment in the last half of 1998 and an overall strong housing market, fuelled by low interest rates and increasing consumer confidence, may have helped to push up retail sales since the fall of 1998.

In May, consumer spending increased significantly in all sectors, with the exception of the automotive sector (-1.6%). Furniture stores reported robust sales (+4.8%), leading all sectors. General merchandise stores (+2.0%), retail stores classified as "other" (+1.7%), clothing stores (+1.4%), food stores (+1.0%) and drug stores (+0.6%) all posted strong sales advances. The "other" category includes stores such as liquor, sporting goods, hardware and book stores.

### Second straight monthly decline for motor and recreational vehicle dealers

Lower sales by motor and recreational vehicle dealers pushed down sales in the automotive sector by 1.6% in May. Sales by these dealers fell 2.4% in May and 1.4% in April, following five consecutive monthly gains. Sales by motor and recreational vehicle dealers have grown at the same pace or below the rest of retail trade since the beginning of 1997. In contrast, sales advances by motor and recreational vehicle dealers outpaced those of all other retailers from 1993 to 1996.

### Furniture stores bounced back

Sales in furniture stores jumped 4.8% in May following a 2.6% decline in April. May's significant increase originated not only from widespread strength in furniture stores but also from weak sales in April for household appliances and electronic stores. Despite the sales reduction in April, furniture stores continued to show increasing sales since the spring of 1996.

## Faits saillants

Le ralentissement des ventes observé chez les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs a retenu considérablement l'ensemble des ventes au détail en mai. Le total des ventes au détail a atteint 21,3 milliards de dollars, en hausse de 0,4 % par rapport à avril. Cette progression fait suite à un recul de 0,2 % observé en avril. Si on exclut les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, les détaillants ont vu leurs ventes progresser de 1,4 % en mai.

Les ventes des détaillants sont en hausse depuis l'automne 1998, après avoir ralenti au cours du printemps et de l'été de la même année. Auparavant, les ventes au détail avaient généralement progressé au cours de 1997 et de 1996. Une augmentation du nombre d'emplois durant la deuxième moitié de 1998 et un marché du logement généralement fort, favorisé par de faibles taux d'intérêt et une confiance accrue des consommateurs, ont pu contribuer à la progression des ventes au détail depuis l'automne 1998.

En mai, les dépenses des consommateurs ont augmenté de manière importante dans tous les secteurs, à l'exception de celui de l'automobile (-1,6 %). En tête de tous les secteurs, celui des magasins de meubles a signalé des ventes vigoureuses (+4,8 %). Les magasins de marchandises diverses (+2,0 %), les magasins de vente au détail de la catégorie «autres» (+1,7 %), les magasins de vêtements (+1,4 %), les magasins d'alimentation (+1,0 %) et les pharmacies (+0,6 %) ont tous affiché une progression importante des ventes. La catégorie «autres» comprend les magasins de boissons alcoolisées, les magasins d'articles de sport, les quincailleries et les librairies.

### Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs: deuxième recul mensuel consécutif

La baisse des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs a réduit de 1,6 % les ventes de l'ensemble du secteur de l'automobile en mai. Les ventes de véhicules automobiles et récréatifs ont chuté de 2,4 % en mai et de 1,4 % en avril. Ces reculs ont fait suite à cinq gains mensuels consécutifs. Depuis le début de 1997, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont connu une croissance semblable ou inférieure à celle enregistrée par l'ensemble des autres détaillants. Par contre, la croissance des ventes de ces concessionnaires avait surpassé celle des autres détaillants de 1993 à 1996.

### Reprise chez les magasins de meubles

Les ventes des magasins de meubles ont fait un bond de 4,8 % en mai, après avoir régressé de 2,6 % en avril. L'importante augmentation enregistrée en mai n'est pas seulement attribuable à la force générale de ce secteur, mais également à la faiblesse des ventes observée en avril dans les magasins d'appareils ménagers et d'appareils électroniques. Malgré cette diminution des ventes en avril, les ventes des magasins de meubles ont continué de progresser depuis le printemps 1996.



### The remaining sectors posted increasing sales

Retail sales in general merchandise stores rose 2.0% in May following a 0.2% increase in both April and March. After flattening out in the spring and summer of 1998, sales in general merchandise stores have gained momentum since the fall of 1998. Prior to the spring of 1998, sales in general merchandise stores had generally been increasing since the beginning of 1996.

Retail stores classified as "other" experienced rising sales in May (+1.7%). Retailers in this sector have been showing generally increasing sales since the fall of 1996.

Higher sales in other clothing stores (+1.8%), women's clothing stores (+1.5%) and shoe stores (+0.9%) pushed up retail sales in the clothing sector by 1.4%. Since the beginning of 1999, retail sales in clothing stores have been advancing more than 1.0% each month except in April (-0.1%). Previously, sales in clothing stores had remained essentially flat during the last three quarters of 1998 following a year of general increases.

In May, increases in supermarkets and grocery stores (+1.0%) and other food stores (+1.3%) resulted in a 1.0% sales advance for the food sector. Sales in food stores have been increasing in 1999 after experiencing a period of flat sales that started in the spring of 1998.

May's increase in drug store sales (+0.6%) was not enough to offset the 0.9% decline in April. Before April, drug stores posted three consecutive monthly sales gains after experiencing general declines in the second half of 1998.

### Atlantic Canada led sales advances

Retail sales in Atlantic Canada bounced back in May (+4.2%) following a 2.7% decline in April. All sectors contributed to this increase. Retailers in Atlantic Canada have been enjoying a period of strong sales since the fall of 1998, after reporting stagnant sales during most of that year.

Consumers in Ontario increased spending in retail stores by 0.8% during May. Except for the automotive sector, retail sales advanced in all sectors. Sales in Ontario have generally been increasing since mid-1996.

In Quebec, consumers spent about the same amount in May as in April. Lower sales in the automotive sector completely offset advances in the remaining retail sectors. Despite slowing down in the past two months, retail sales in Quebec have generally been increasing since the spring of 1996 with pauses in the summers of 1997 and 1998.

### Hausse des ventes dans les autres secteurs

Les ventes des magasins de marchandises diverses ont augmenté de 2,0 % en mai, après avoir progressé de 0,2 % tant en avril qu'en mars. Les ventes de ces magasins avaient stagné au cours du printemps et de l'été 1998, mais elles ont pris leur essor depuis l'automne de la même année. Avant le printemps 1998, les ventes étaient généralement en progression depuis le début de 1996.

Les magasins de vente au détail appartenant à la catégorie «autres» ont connu une hausse de leur ventes en mai (+1,7 %). Les détaillants de ce secteur affichent des ventes généralement en hausse depuis l'automne 1996.

La progression des ventes des magasins de vêtements dans la catégorie «autres» (+1,8 %), des magasins de vêtements pour femmes (+1,5 %) et des magasins de chaussures (+0,9 %) s'est traduite par une hausse de 1,4 % des ventes du secteur de l'habillement en mai. Depuis le début de 1999, les ventes au détail des magasins de vêtements ont progressé de plus de 1,0 % tous les mois, sauf en avril (-0,1 %). Auparavant, elles avaient pratiquement stagné dans ce secteur, notamment au cours des trois derniers trimestres de 1998, après une année où l'on avait observé des augmentations générales.

En mai, les supermarchés et les épiceries (+1,0 %), ainsi que les autres magasins d'alimentation (+1,3 %) ont été à l'origine d'une progression de 1,0 % des ventes dans le secteur de l'alimentation. Les ventes de ces magasins sont en hausse depuis le début de 1999, après une période de stagnation qui avait commencé au printemps 1998.

La hausse des ventes enregistrée en mai par les pharmacies (+0,6 %) n'a pas suffi à neutraliser la baisse de 0,9 % qui avait été observée en avril. Auparavant, les pharmacies avaient affiché trois gains mensuels consécutifs des ventes, après avoir connu une période de baisses générales au cours de la deuxième moitié de 1998.

### Les provinces de l'Atlantique mènent la progression des ventes

Les ventes au détail ont rebondi en mai dans les provinces de l'Atlantique (+4,2 %), après avoir régressé de 2,7 % en avril. Tous les secteurs ont contribué à la hausse des ventes observée en mai. Les détaillants de ces provinces connaissent une période de ventes vigoureuses depuis l'automne 1998, après avoir signalé une stagnation durant la majeure partie de 1998.

En Ontario, les consommateurs ont accru leurs dépenses de 0,8 % dans les magasins de vente au détail en mai. Les ventes au détail de l'Ontario ont progressé dans tous les secteurs en mai, sauf celui de l'automobile. Dans cette province, les ventes au détail sont généralement en hausse depuis le milieu de 1996.

Au Québec, les dépenses des consommateurs ont atteint en mai à peu près le même niveau qu'en avril. Des ventes plus faibles enregistrées dans le secteur de l'automobile ont complètement neutralisé les gains réalisés dans les autres secteurs de la vente au détail. Malgré le ralentissement qui a été observé au Québec au cours des deux derniers mois, les ventes au détail sont généralement en hausse depuis le printemps 1996, même si des ralentissements ont été enregistrés pendant l'été 1997 et l'été 1998.



**Western retailers posted weaker sales**

Retail sales in British Columbia declined 1.0% in May following a 1.5% gain in April. Lower sales in the automotive sector were mostly responsible for this decline. Overall, retailers in British Columbia have experienced weak sales increases since November 1998. For most of 1998, sales had generally been declining.

Retail sales in the Prairie provinces also declined in May (-0.6%). Sales increases in furniture stores and general merchandise stores were insufficient to offset the significant declines in the automotive sector and clothing stores. Retail sales in the Prairie provinces have generally been flat since the beginning of 1998 after a period of increases that started in early 1996.

**Related indicators for June**

Housing starts increased 5.0% in June following two consecutive monthly declines. Starts have generally been increasing since the fall of 1998. Employment remained unchanged in June, the fifth month of essentially stable levels.

**Ventes plus faibles pour les détaillants de l'Ouest**

En Colombie-Britannique, les ventes au détail ont reculé de 1,0 % en mai, après un gain de 1,5 % en avril. Le recul observé en mai est attribuable principalement à une baisse des ventes du secteur de l'automobile. Dans l'ensemble, les détaillants de la Colombie-Britannique ont connu de faibles hausses des ventes depuis novembre 1998. Auparavant, les ventes avaient généralement régressé durant la majeure partie de 1998.

Les provinces des Prairies ont également affiché une diminution des ventes au détail en mai (-0,6 %). La hausse enregistrée dans les ventes des magasins de meubles et des magasins de marchandises diverses a été insuffisante pour neutraliser les baisses importantes qui ont été observées dans le secteur de l'automobile et dans les magasins de vêtements. Dans les provinces des Prairies, les ventes ont généralement stagné depuis le début de 1998, après une période de hausses qui avait commencé au début de 1996.

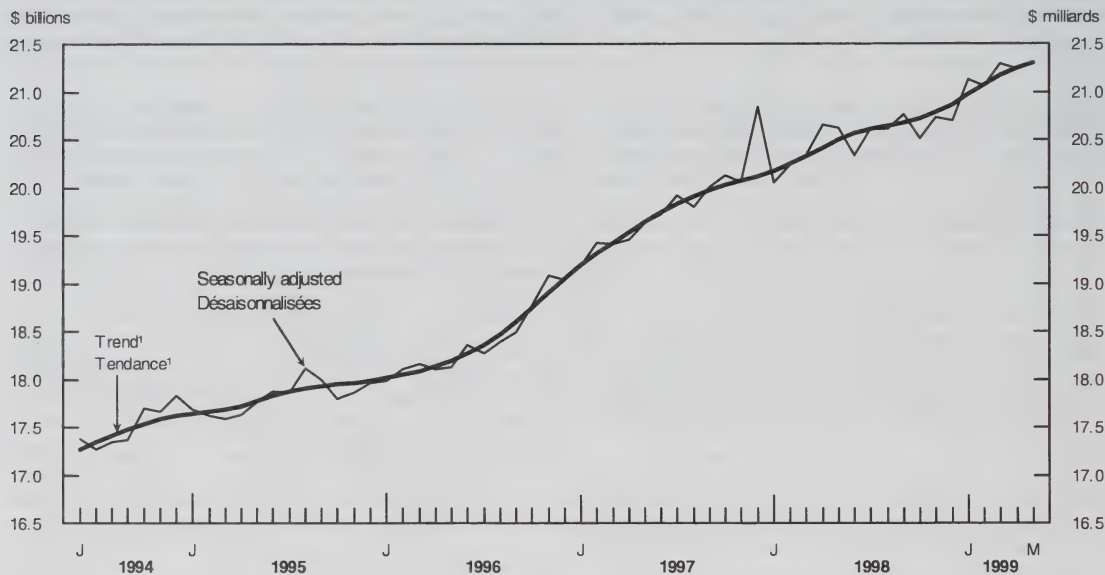
**Indicateurs connexes pour juin**

Les mises en chantier ont augmenté de 5,0 % en juin, après deux baisses mensuelles consécutives. Dans l'ensemble, les mises en chantier sont en hausse depuis l'automne 1998. Le nombre total d'emplois est demeuré inchangé. Il s'agit du cinquième mois d'affilée de stabilité au chapitre de l'emploi.



## Retail Sales – Canada

## Canada Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

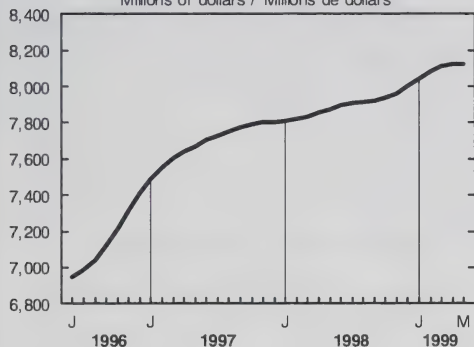


# Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada, By Major Group

# Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada, par groupe principal

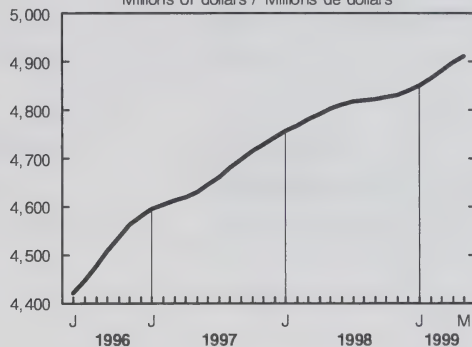
Automotive / Véhicules automobiles

Millions of dollars / Millions de dollars



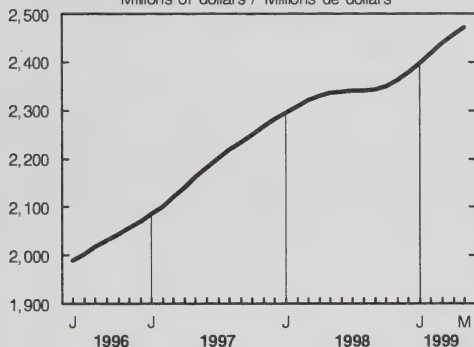
Food / Aliments

Millions of dollars / Millions de dollars



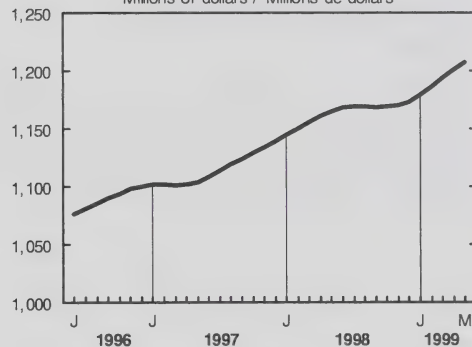
General Merchandise / Marchandises diverses

Millions of dollars / Millions de dollars



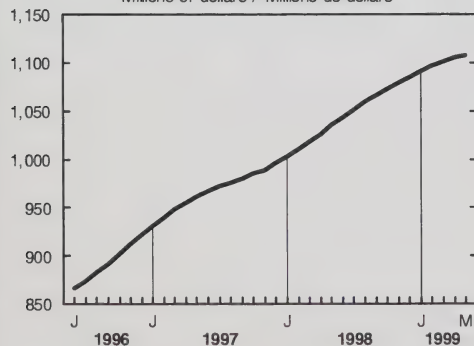
Clothing / Vêtements

Millions of dollars / Millions de dollars



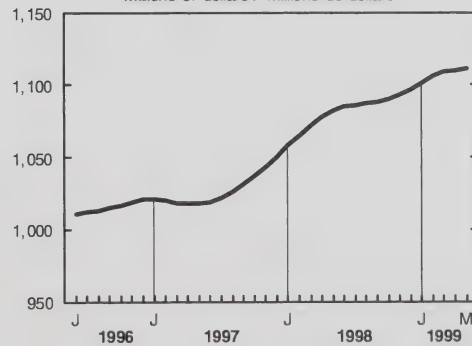
Furniture / Meubles

Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments

Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XPB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif	May 1999 Mai	April 1999 Avril
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
Trade Group - Canada							
Supermarkets and grocery stores	4,570.9	4,526.8	4,522.1	4,496.0	22,610.6	1.0	0.1
All other food stores	363.4	358.6	368.2	360.4	1,807.8	1.3	-2.6
Drugs and patent medicine stores	1,112.1	1,106.0	1,116.2	1,112.8	5,549.2	0.6	-0.9
Shoe stores	143.6	142.3	141.5	137.4	704.1	0.9	0.6
Men's clothing stores	127.2	127.5	129.7	128.5	638.9	-0.2	-1.7
Women's clothing stores	376.9	371.2	374.2	374.5	1,871.4	1.5	-0.8
Other clothing stores	570.1	559.9	556.3	547.1	2,764.3	1.8	0.6
Household furniture and appliance stores	907.5	858.3	887.9	887.5	4,430.0	5.7	-3.3
Household furnishings stores	210.5	208.2	206.7	206.1	1,036.5	1.1	0.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,458.4	5,594.2	5,673.6	5,601.6	27,872.1	-2.4	-1.4
Gasoline service stations	1,391.4	1,389.0	1,318.4	1,286.5	6,672.7	0.2	5.4
Automotive parts, accessories and services	1,234.4	1,229.8	1,227.8	1,196.7	6,141.7	0.4	0.2
General merchandise stores	2,493.7	2,445.6	2,440.2	2,436.1	12,306.3	2.0	0.2
Other semi-durable goods stores	708.7	699.6	713.1	682.5	3,510.8	1.3	-1.9
Other durable goods stores	591.7	588.8	601.8	596.1	2,994.5	0.5	-2.2
Other retail stores	1,058.5	1,031.2	1,010.5	1,015.3	5,123.3	2.6	2.0
Total, all stores	21,319.1	21,237.1	21,288.2	21,065.0	106,034.4	0.4	-0.2
Regions							
Newfoundland	347.8	335.5	351.7	335.9	1,704.5	3.7	-4.6
Prince Edward Island	92.9	90.4	92.7	89.3	454.6	2.8	-2.5
Nova Scotia	661.6	632.0	658.7	660.0	3,266.8	4.7	-4.1
New Brunswick	544.6	523.0	520.9	513.2	2,610.9	4.1	0.4
Quebec	4,992.8	4,991.0	5,022.4	4,955.4	24,927.5	--	-0.6
Ontario	8,152.9	8,088.9	8,078.9	7,976.2	40,257.0	0.8	0.1
Manitoba	729.6	743.0	752.0	746.2	3,721.6	-1.8	-1.2
Saskatchewan	635.7	635.3	628.7	622.8	3,157.9	--	1.0
Alberta	2,332.4	2,342.6	2,364.3	2,355.5	11,769.0	-0.4	-0.9
British Columbia	2,756.8	2,785.6	2,745.3	2,738.3	13,806.9	-1.0	1.5
Yukon	27.6	27.2	26.6	28.0	135.5	1.5	2.3
Northwest Territories	14.8	15.0	14.9	13.5	72.5	-1.3	0.7
Nunavut	29.6	27.7	31.1	30.6	149.5	6.9	-10.9



Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
March 1999 Mars	February 1999 Février	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
0.6	--	2.5	1.9	2.3	2.6	2.3 Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.2	0.9	0.9	-0.2	3.1	-0.2	0.5 Tous les autres magasins d'alimentation
0.3	1.0	1.8	2.7	4.4	4.2	3.5 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.0	-1.4	-3.4	-1.5	0.4	-5.3	-1.9 Magasins de chaussures
0.9	2.0	-2.8	-3.9	-1.9	-3.8	-3.7 Magasins de vêtements pour hommes
--	--	1.2	-1.5	-0.5	0.6	0.6 Magasins de vêtements pour femmes
1.7	3.1	10.7	10.4	9.2	5.9	8.5 Autres magasins de vêtements
--	-0.1	8.3	6.6	8.8	9.2	8.8 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.3	0.5	7.7	4.2	2.9	3.4	4.7 Magasins d'accessoires d'ameublement
1.3	1.0	0.6	2.4	7.9	7.3	4.9 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.5	--	4.7	4.0	-1.1	-3.5	-- Stations-service
2.6	-4.5	2.9	0.6	4.6	2.9	3.9 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.2	-2.2	6.8	3.7	3.8	4.6	5.6 Magasins de marchandises diverses
4.5	-3.5	3.5	2.6	5.4	0.2	3.5 Autres magasins de produits semi-durables
1.0	-3.2	5.1	4.8	8.4	4.3	7.9 Autres magasins de produits durables
-0.5	0.7	9.1	5.2	3.6	6.5	6.2 Autres magasins de vente au détail
<b>1.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>3.4</b>	<b>2.8</b>	<b>4.7</b>	<b>4.1</b>	<b>4.1 Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>						
4.7	0.7	7.5	5.6	10.8	4.7	6.5 Terre-Neuve
3.8	-	5.9	3.8	7.9	2.8	4.9 Île-du-Prince-Édouard
-0.2	0.8	4.3	-0.3	5.2	3.7	3.4 Nouvelle-Écosse
1.5	0.8	8.0	2.5	3.8	7.4	5.0 Nouveau-Brunswick
1.4	-0.2	5.6	4.0	4.0	1.5	5.9 Québec
1.3	0.2	4.4	4.6	7.0	7.7	5.9 Ontario
0.8	-0.6	0.9	0.8	3.2	5.9	2.4 Manitoba
0.9	-2.0	0.9	-0.2	-0.8	-0.1	-1.0 Saskatchewan
0.4	-0.8	-0.4	0.5	4.5	2.6	1.2 Alberta
0.3	-1.5	-0.5	-0.6	0.5	-0.2	-0.5 Colombie-Britannique
-5.0	7.3	9.5	7.5	1.9	10.7	5.4 Yukon
10.4	-5.6					Territoires du Nord Ouest
1.6	0.3					Nunavut



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,685.8	4,520.1	4,289.5	3,981.0	21,955.2
All other food stores	373.9	351.1	345.5	315.8	1,708.1
Drugs and patent medicine stores	1,093.8	1,092.4	1,100.2	1,020.4	5,370.3
Shoe stores	167.3	143.1	109.0	81.3	609.1
Men's clothing stores	126.3	115.2	95.9	80.0	516.5
Women's clothing stores	403.7	363.0	308.3	252.2	1,601.5
Other clothing stores	542.6	501.4	466.9	356.9	2,254.8
Household furniture and appliance stores	832.2	775.1	791.5	689.3	3,831.8
Household furnishings stores	209.1	193.1	194.5	160.1	915.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,466.6	6,457.2	6,102.2	4,535.2	27,754.1
Gasoline service stations	1,444.8	1,344.8	1,255.9	1,106.0	6,335.0
Automotive parts, accessories and services	1,357.5	1,236.3	1,094.7	899.7	5,631.2
General merchandise stores	2,449.9	2,266.7	2,105.9	1,743.3	10,381.5
Other semi-durable goods stores	803.1	629.6	553.7	478.6	2,978.0
Other durable goods stores	591.4	533.0	469.0	423.3	2,494.3
Other retail stores	1,091.3	958.5	863.0	776.8	4,489.9
<b>Total, all stores</b>	<b>22,639.3</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>98,826.8</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	370.7	335.8	323.3	256.8	1,549.1
Prince Edward Island	98.7	85.2	80.4	66.3	399.9
Nova Scotia	693.8	643.3	605.6	526.1	3,007.3
New Brunswick	578.2	523.6	478.8	398.4	2,382.2
Quebec	5,492.5	5,255.0	4,743.3	3,903.2	23,465.6
Ontario	8,604.2	8,067.2	7,611.6	6,415.9	37,344.5
Manitoba	762.8	748.6	714.7	600.6	3,461.9
Saskatchewan	654.0	633.8	585.4	500.4	2,924.6
Alberta	2,463.8	2,351.6	2,279.7	1,898.1	11,007.9
British Columbia	2,844.3	2,767.4	2,652.4	2,276.0	12,950.7
Yukon	29.9	25.8	24.6	20.6	121.3
Northwest Territories	15.5	15.4	14.5	12.0	69.8
Nunavut	31.0	27.7	31.3	25.6	141.8



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
-0.8	3.4	3.9	2.3	1.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-2.0	-2.9	5.8	-0.3	--	Tous les autres magasins d'alimentation
0.7	3.3	6.4	4.5	3.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.5	0.3	3.0	-5.2	-1.2	Magasins de chaussures
-4.7	-2.4	-1.6	-3.6	-4.5	Magasins de vêtements pour hommes
-1.7	0.2	0.5	1.3	0.5	Magasins de vêtements pour femmes
9.7	11.6	10.0	5.5	8.5	Autres magasins de vêtements
8.2	6.9	8.9	9.2	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
8.3	4.4	6.5	3.5	5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.6	3.2	13.1	7.3	4.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
5.7	5.1	--	-4.5	0.3	Stations-service
2.3	0.3	7.7	2.9	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.7	3.5	7.6	5.6	6.2	Magasins de marchandises diverses
2.8	1.1	9.0	--	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
3.9	4.4	11.5	6.1	8.2	Autres magasins de produits durables
7.0	5.8	5.2	6.4	5.9	Autres magasins de vente au détail
<b>1.5</b>	<b>3.4</b>	<b>7.7</b>	<b>4.1</b>	<b>3.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
5.7	6.7	13.2	4.2	6.3	Terre-Neuve
5.4	5.1	10.3	3.0	4.9	Île-du-Prince-Édouard
3.0	1.0	7.6	4.3	3.3	Nouvelle-Écosse
6.4	3.3	7.5	7.0	5.0	Nouveau-Brunswick
3.0	4.6	6.7	1.6	5.3	Québec
2.7	5.0	10.8	7.6	5.7	Ontario
-1.5	2.0	6.2	5.9	2.1	Manitoba
-1.1	0.3	2.3	-0.3	-1.0	Saskatchewan
-1.7	0.6	8.3	3.0	1.3	Alberta
-2.4	0.7	1.9	-0.3	-0.7	Colombie-Britannique
9.1	6.6	6.5	10.8	5.8	Yukon
					Territoires du Nord Ouest
					Nunavut



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	12,749.3	13,584.3	13,696.0	13,542.7	12,523.2
All other food stores	983.1	1,149.8	1,090.5	1,112.4	965.5
Drugs and patent medicine stores	3,184.1	3,495.8	3,202.6	3,206.4	3,039.4
Shoe stores	298.7	481.6	426.4	462.2	300.1
Men's clothing stores	275.1	560.5	347.6	383.4	290.2
Women's clothing stores	834.8	1,360.3	1,094.6	1,130.6	820.0
Other clothing stores	1,210.9	2,088.0	1,622.6	1,414.4	1,134.0
Household furniture and appliance stores	2,224.5	3,154.8	2,602.2	2,306.6	2,043.7
Household furnishings stores	513.0	719.6	627.0	590.8	491.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	14,830.3	14,844.9	16,607.8	19,329.4	13,676.0
Gasoline service stations	3,545.5	3,855.8	4,164.4	4,015.1	3,671.7
Automotive parts, accessories and services	3,037.4	3,935.6	3,668.0	3,853.8	2,878.4
General merchandise stores	5,664.9	9,323.8	6,689.9	6,654.1	5,288.3
Other semi-durable goods stores	1,545.4	2,509.3	2,113.4	2,115.0	1,479.7
Other durable goods stores	1,369.9	2,151.1	1,742.1	1,632.5	1,224.7
Other retail stores	2,440.0	3,308.2	3,135.1	2,919.1	2,312.6
<b>Total, all stores</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>	<b>64,668.5</b>	<b>52,139.0</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	256.0	279.1	280.1	277.0	252.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	55.4	66.2	55.3	57.8	57.0
Shoe stores	2.5	4.6	3.7	3.7	2.4
Men's clothing stores	2.6	7.9	4.2	4.8	2.8
Women's clothing stores	9.1	21.4	13.3	12.6	8.6
Other clothing stores	10.2	24.7	16.3	12.3	8.8
Household furniture and appliance stores	24.2	43.7	29.7	23.5	18.6
Household furnishings stores	1.6	2.8	2.2	2.0	1.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	205.6	178.3	241.8	290.4	175.2
Gasoline service stations	60.8	76.1	82.4	75.9	68.8
Automotive parts, accessories and services	39.6	61.7	51.1	49.3	36.7
General merchandise stores	111.6	210.0	136.4	127.3	102.3
Other semi-durable goods stores	15.4	28.5	22.4	20.2	13.0
Other durable goods stores	7.6	17.5	12.1	9.5	6.5
Other retail stores	30.3	43.3	38.8	36.1	28.5
<b>Total, all stores</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>	<b>1,012.7</b>	<b>792.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
1.8	2.8	2.7	4.6	3.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie
1.8	0.8	0.3	3.8	-2.9	Tous les autres magasins d'alimentation
4.8	3.0	6.0	7.9	4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.5	-3.0	0.6	4.9	3.8	Magasins de chaussures
-5.2	1.5	-0.5	-1.3	3.9	Magasins de vêtements pour hommes
1.8	--	-0.3	3.8	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
6.8	7.5	9.1	6.7	5.5	Autres magasins de vêtements
8.8	9.0	8.8	7.7	8.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.4	7.3	6.6	1.8	6.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.4	-3.6	5.3	2.5	7.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-3.4	-8.0	-5.5	-4.3	-5.7	Stations-service
5.5	10.4	0.9	4.7	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.1	4.2	6.0	8.0	11.0	Magasins de marchandises diverses
4.4	3.2	-0.6	-1.1	-0.9	Autres magasins de produits semi-durables
11.9	7.3	11.3	16.0	18.8	Autres magasins de produits durables
5.5	7.3	5.7	8.1	7.8	Autres magasins de vente au détail
<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>5.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
1.3	4.6	-2.1	2.9	2.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.8	-2.2	-5.8	1.4	-0.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.2	-4.2	-	-2.6	-11.1	Magasins de chaussures
-7.1	33.9	55.6	45.5	64.7	Magasins de vêtements pour hommes
5.8	1.4	-0.7	-	4.9	Magasins de vêtements pour femmes
15.9	-	2.5	1.7	-12.0	Autres magasins de vêtements
30.1	23.1	9.2	-6.4	-7.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	-12.5	-	-9.1	-11.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
17.4	1.0	5.2	3.0	9.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-11.6	-0.9	-0.4	-4.0	-8.9	Stations-service
7.9	16.9	3.4	-1.6	6.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.1	4.7	6.7	9.0	17.2	Magasins de marchandises diverses
18.5	-5.0	-14.5	-16.5	-8.5	Autres magasins de produits semi-durables
16.9	7.4	2.5	-2.1	3.2	Autres magasins de produits durables
6.3	6.1	2.9	7.1	10.0	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	63.7	64.9	70.8	63.5	57.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	16.6	19.6	18.4	17.7	16.9
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	4.0	9.7	8.8	5.1	3.9
Household furniture and appliance stores	5.9	8.8	6.4	6.2	5.6
Household furnishings store	3.0	4.6	4.9	4.0	2.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	45.4	44.6	56.0	70.1	42.5
Gasoline service stations	20.9	24.3	31.8	27.1	24.7
Automotive parts, accessories and services	12.6	19.1	18.2	18.8	11.5
General merchandise stores	16.3	31.6	22.7	21.4	16.8
Other semi-durable goods stores	7.9	12.5	17.5	11.9	7.3
Other durable goods stores	3.0	6.1	5.5	3.9	2.6
Other retail stores	8.9	13.5	16.2	12.1	8.3
<b>Total, all stores</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>	<b>272.5</b>	<b>206.4</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	455.1	487.5	494.1	469.1	444.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	124.6	139.9	130.0	126.4	126.8
Shoe stores	4.7	7.8	6.9	7.2	4.7
Men's clothing stores	3.3	8.1	4.4	4.9	3.7
Women's clothing stores	23.8	44.7	32.4	29.0	20.0
Other clothing stores	25.7	55.4	38.3	28.7	23.1
Household furniture and appliance stores	45.9	68.5	51.4	43.6	40.6
Household furnishings store	11.8	15.2	10.3	8.8	7.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	431.7	431.1	495.2	601.8	418.6
Gasoline service stations	117.1	132.6	146.5	131.1	118.9
Automotive parts, accessories and services	86.6	124.4	110.0	113.2	79.2
General merchandise stores	164.2	311.5	198.3	190.1	149.8
Other semi-durable goods stores	45.0	79.0	68.8	66.0	42.1
Other durable goods stores	31.4	57.4	42.4	38.0	26.5
Other retail stores	80.3	113.0	112.7	99.1	75.9
<b>Total, all stores</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>	<b>1,981.1</b>	<b>1,601.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
11.4	5.4	9.6	7.8	8.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.8	3.2	5.7	3.5	-2.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
2.6	6.6	20.5	10.9	14.7	Autres magasins de vêtements
5.4	10.0	16.4	24.0	40.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
25.0	43.8	104.2	66.7	41.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.8	-4.1	-2.4	10.0	13.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-15.4	-24.5	-18.7	-9.1	-1.2	Stations-service
9.6	26.5	14.5	13.3	7.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-3.0	-5.4	-6.2	2.9	14.3	Magasins de marchandises diverses
8.2	1.6	1.2	-12.5	-26.3	Autres magasins de produits semi-durables
15.4	13.0	19.6	14.7	8.3	Autres magasins de produits durables
7.2	18.4	14.9	11.0	-3.5	Autres magasins de vente au détail
<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>6.1</b>	<b>6.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
2.3	3.5	-5.4	-0.5	-0.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.7	1.6	8.2	10.9	8.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	-4.9	-4.2	1.4	-13.0	Magasins de chaussures
-10.8	3.8	2.3	2.1	-2.6	Magasins de vêtements pour hommes
19.0	14.9	17.0	14.6	0.5	Magasins de vêtements pour femmes
11.3	9.9	16.1	11.2	2.7	Autres magasins de vêtements
13.1	11.9	14.5	13.5	23.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
51.3	34.5	14.4	17.3	18.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.1	0.3	-3.8	-0.6	11.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-1.5	5.6	14.7	15.0	0.5	Stations-service
9.3	10.2	-8.0	9.9	5.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.6	6.9	8.4	12.8	8.6	Magasins de marchandises diverses
6.9	11.1	18.6	13.8	4.2	Autres magasins de produits semi-durables
18.5	11.9	18.4	23.4	6.4	Autres magasins de produits durables
5.8	6.2	8.4	3.1	-5.7	Autres magasins de vente au détail
<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>4.9</b>	<b>5.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	353.8	392.0	389.0	376.0	345.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	80.3	91.5	82.3	80.7	78.2
Shoe stores	4.1	7.4	6.0	5.7	3.6
Men's clothing stores	5.1	11.4	6.3	5.9	4.3
Women's clothing stores	14.4	28.6	20.1	19.6	13.4
Other clothing stores	21.5	44.2	32.7	25.6	19.5
Household furniture and appliance stores	37.6	58.1	42.2	38.4	32.6
Household furnishings stores	9.5	14.6	12.9	11.7	8.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	336.5	300.6	402.7	504.7	311.0
Gasoline service stations	96.2	114.0	127.3	111.8	109.8
Automotive parts, accessories and services	73.6	108.4	97.3	102.5	68.2
General merchandise stores	129.3	246.3	165.2	159.2	123.3
Other semi-durable goods stores	37.8	56.1	47.6	47.1	27.5
Other durable goods stores	18.6	38.1	26.8	23.7	16.9
Other retail stores	49.0	71.8	73.6	63.2	44.5
<b>Total, all stores</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>	<b>1,591.7</b>	<b>1,218.2</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,334.3	3,506.8	3,498.5	3,423.3	3,203.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	681.0	730.6	716.1	730.4	697.8
Shoe stores	88.6	170.0	141.5	163.4	90.5
Men's clothing stores	60.3	120.9	78.0	93.8	60.5
Women's clothing stores	219.6	356.6	307.6	332.6	229.5
Other clothing stores	303.0	492.7	434.1	405.7	282.2
Household furniture and appliance stores	543.4	802.1	708.5	634.7	482.2
Household furnishings stores	90.2	135.8	125.8	127.2	84.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,580.8	3,526.2	3,976.1	4,675.6	3,100.2
Gasoline service stations	711.4	757.9	783.0	746.5	717.9
Automotive parts, accessories and services	722.2	978.2	870.5	980.6	737.8
General merchandise stores	1,116.8	1,741.5	1,322.1	1,357.3	1,050.5
Other semi-durable goods stores	299.5	477.7	479.3	495.9	327.0
Other durable goods stores	292.7	427.4	352.7	344.4	239.3
Other retail stores	371.0	513.6	446.0	473.9	329.1
<b>Total, all stores</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>	<b>15,334.7</b>	<b>11,932.3</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
2.5	6.9	4.8	4.4	3.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.7	4.0	12.6	0.7	-3.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
13.9	8.8	-1.6	3.6	-10.0	Magasins de chaussures
18.6	20.0	14.5	7.3	16.2	Magasins de vêtements pour hommes
7.5	2.9	-3.8	-5.8	-12.4	Magasins de vêtements pour femmes
10.3	10.2	19.8	14.8	-	Autres magasins de vêtements
15.3	11.1	12.5	4.1	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.1	10.6	-2.3	0.9	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.2	-17.8	6.5	5.9	25.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-12.4	-6.5	0.5	15.6	24.8	Stations-service
7.9	23.0	12.6	16.5	10.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.9	4.6	7.1	10.1	9.0	Magasins de marchandises diverses
37.5	11.3	6.0	8.0	-6.8	Autres magasins de produits semi-durables
10.1	10.4	13.6	25.4	15.0	Autres magasins de produits durables
10.1	22.1	20.7	20.6	7.2	Autres magasins de vente au détail
<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>7.8</b>	<b>10.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
4.1	6.1	3.6	0.6	0.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.4	-2.6	3.6	11.8	3.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.1	-3.6	-2.5	1.7	3.1	Magasins de chaussures
-0.3	5.4	2.0	-6.8	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes
-4.3	-7.5	-5.4	9.2	6.6	Magasins de vêtements pour femmes
7.4	9.2	9.7	6.5	-5.7	Autres magasins de vêtements
12.7	9.7	9.5	5.2	0.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	9.3	5.2	3.4	-1.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
15.5	1.3	0.9	-2.6	6.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-0.9	-10.5	-9.4	-14.4	-18.8	Stations-service
-2.1	4.2	-3.5	2.9	12.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	3.5	6.9	9.3	10.5	Magasins de marchandises diverses
-8.4	4.3	-5.0	-1.4	5.8	Autres magasins de produits semi-durables
22.3	8.4	13.6	20.3	12.5	Autres magasins de produits durables
12.7	13.7	-0.4	8.3	7.2	Autres magasins de vente au détail
<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>1.2</b>	<b>2.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,053.3	4,279.8	4,351.2	4,400.3	4,046.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,339.0	1,450.5	1,330.3	1,311.6	1,211.3
Shoe stores	121.1	179.1	162.2	173.9	118.2
Men's clothing stores	116.7	240.4	149.0	159.9	120.9
Women's clothing stores	336.0	555.3	426.5	441.1	322.9
Other clothing stores	473.4	827.5	580.2	500.4	434.3
Household furniture and appliance stores	819.0	1,121.1	937.5	819.5	752.3
Household furnishings stores	219.1	307.5	261.9	236.3	209.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,688.7	5,738.6	6,249.6	7,367.5	5,079.6
Gasoline service stations	1,392.1	1,491.6	1,548.4	1,498.4	1,343.1
Automotive parts, accessories and services	1,191.3	1,507.1	1,410.7	1,472.1	1,063.0
General merchandise stores	2,215.1	3,744.1	2,609.3	2,590.2	2,031.9
Other semi-durable goods stores	678.3	1,120.1	890.1	875.3	618.7
Other durable goods stores	532.0	881.9	688.3	644.7	475.2
Other retail stores	1,071.0	1,460.5	1,413.9	1,260.2	1,023.1
<b>Total, all stores</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>	<b>24,226.1</b>	<b>19,264.5</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	491.0	536.7	535.1	534.4	496.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	69.5	76.1	69.4	67.8	67.5
Shoe stores	8.9	15.5	12.5	12.8	9.0
Men's clothing stores	7.9	17.0	9.3	11.3	7.8
Women's clothing stores	21.9	34.4	27.2	27.4	20.1
Other clothing stores	37.5	67.3	48.3	43.4	35.9
Household furniture and appliance stores	72.6	103.2	80.2	71.5	68.8
Household furnishings stores	10.8	14.5	13.2	12.7	10.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	597.4	631.4	671.8	746.4	568.2
Gasoline service stations	139.5	144.4	156.3	151.9	132.8
Automotive parts, accessories and services	98.4	123.1	118.0	119.7	87.6
General merchandise stores	224.9	372.8	263.9	267.0	213.1
Other semi-durable goods stores	41.6	74.6	48.7	50.1	39.2
Other durable goods stores	41.2	61.7	52.2	54.6	39.3
Other retail stores	72.3	103.8	90.6	87.1	67.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>	<b>2,276.9</b>	<b>1,881.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Ontario</b>
0.2	1.4	4.9	7.6	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
10.5	10.5	15.1	17.5	10.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.5	-4.5	1.1	5.8	4.3	Magasins de chaussures
-3.5	2.0	-1.3	0.6	2.8	Magasins de vêtements pour hommes
4.1	5.6	3.6	0.9	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
9.0	10.6	11.1	9.5	16.5	Autres magasins de vêtements
8.9	13.4	13.7	11.8	17.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.4	13.7	12.2	4.0	17.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
12.0	-0.3	12.7	11.8	13.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.6	-6.6	-6.2	-5.9	-9.1	Stations-service
12.1	15.7	4.6	6.2	1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.0	5.9	6.6	8.4	10.9	Magasins de marchandises diverses
9.6	5.2	4.5	1.4	0.4	Autres magasins de produits semi-durables
12.0	9.7	13.2	15.6	25.2	Autres magasins de produits durables
4.7	7.6	7.7	9.8	9.9	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>8.3</b>	<b>8.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Manitoba</b>
-1.0	5.0	3.5	-1.1	-2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.0	-0.3	3.6	2.1	-6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.1	11.5	12.6	10.3	7.1	Magasins de chaussures
1.3	4.9	-5.1	-2.6	4.0	Magasins de vêtements pour hommes
9.0	3.3	2.6	1.1	1.5	Magasins de vêtements pour femmes
4.5	2.3	4.3	4.6	-3.5	Autres magasins de vêtements
5.5	11.7	6.2	8.3	9.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.9	-6.5	-9.6	-	5.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.1	-7.7	2.2	4.0	9.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
5.0	-2.9	-0.4	0.2	-1.2	Stations-service
12.3	7.4	-0.9	--	-2.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.5	2.8	4.9	5.4	7.2	Magasins de marchandises diverses
6.1	-2.6	-10.6	-6.0	-9.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.8	-	8.8	12.8	18.7	Autres magasins de produits durables
6.6	5.1	7.3	6.7	7.4	Autres magasins de vente au détail
<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>3.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	425.5	473.0	484.8	478.0	429.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	97.8	106.1	98.3	96.9	96.9
Shoe stores	4.6	6.5	5.8	7.2	5.4
Men's clothing stores	6.4	13.0	8.1	9.1	7.2
Women's clothing stores	18.9	30.6	24.1	24.7	19.9
Other clothing stores	31.1	55.7	41.8	37.9	27.9
Household furniture and appliance stores	55.2	81.6	59.5	53.1	53.9
Household furnishings stores	15.8	20.6	19.5	18.5	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	411.0	462.6	490.3	542.8	443.8
Gasoline service stations	126.1	137.8	151.5	141.8	125.9
Automotive parts, accessories and services	103.6	139.6	142.8	126.5	103.6
General merchandise stores	204.5	325.8	240.9	238.5	195.5
Other semi-durable goods stores	35.2	57.0	43.6	49.6	37.9
Other durable goods stores	35.2	61.3	46.3	45.3	33.4
Other retail stores	53.7	75.4	71.4	67.2	52.7
<b>Total, all stores</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>	<b>1,952.2</b>	<b>1,662.2</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,463.9	1,593.4	1,578.7	1,536.3	1,393.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	300.3	338.7	288.3	294.1	286.1
Shoe stores	25.4	37.1	35.9	36.8	26.5
Men's clothing stores	37.7	72.3	43.6	49.0	44.4
Women's clothing stores	83.4	126.9	104.3	102.2	76.5
Other clothing stores	141.6	247.6	215.6	180.4	146.2
Household furniture and appliance stores	288.1	416.2	318.5	286.9	274.8
Household furnishings store	63.0	85.6	75.5	73.7	61.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,701.5	1,771.9	1,927.7	2,245.2	1,707.7
Gasoline service stations	406.4	435.7	484.5	470.1	428.4
Automotive parts, accessories and services	328.4	433.2	417.3	423.1	316.6
General merchandise stores	653.3	1,059.1	769.5	754.0	607.2
Other semi-durable goods stores	159.5	253.8	198.2	200.5	147.4
Other durable goods stores	161.1	256.1	212.2	200.5	153.8
Other retail stores	336.8	435.2	411.5	384.8	309.0
<b>Total, all stores</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>	<b>7,289.7</b>	<b>6,025.0</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998	Quarter II 1998	Quarter I 1998	
Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-0.9	1.9	4.5	9.4	8.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.9	0.6	2.0	6.1	29.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-14.8	-7.1	-10.8	-4.0	-	Magasins de chaussures
-11.1	-3.0	-3.6	-5.2	-	Magasins de vêtements pour hommes
-5.0	-9.7	-9.7	-13.3	-2.0	Magasins de vêtements pour femmes
11.5	5.3	10.9	9.9	1.1	Autres magasins de vêtements
2.4	-2.6	5.7	6.8	21.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.9	-8.4	-6.3	-4.6	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
-7.4	-15.6	-5.4	-9.8	-2.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.2	-1.6	-0.4	-3.5	2.9	Stations-service
-	12.1	7.1	-9.1	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	2.1	5.7	6.5	13.9	Magasins de marchandises diverses
-7.1	-14.7	-3.5	-5.7	-16.5	Autres magasins de produits semi-durables
5.4	6.1	4.5	-0.4	9.5	Autres magasins de produits durables
1.9	-1.2	0.1	-3.6	0.4	Autres magasins de vente au détail
<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>-1.2</b>	<b>4.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
5.1	8.5	9.6	9.7	3.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.0	-1.8	-4.5	-9.8	-4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.2	-2.6	12.5	22.3	14.2	Magasins de chaussures
-15.1	-4.5	1.6	9.1	21.6	Magasins de vêtements pour hommes
9.0	3.9	3.4	6.2	7.7	Magasins de vêtements pour femmes
-3.1	0.4	7.2	6.2	8.5	Autres magasins de vêtements
4.8	7.3	8.0	15.9	21.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.8	4.9	10.1	1.2	-1.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.4	-11.8	6.6	-2.2	6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-5.1	-9.6	-7.0	-1.5	1.3	Stations-service
3.7	11.9	1.4	8.9	5.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.6	5.7	9.4	13.9	20.5	Magasins de marchandises diverses
8.2	2.4	-1.6	2.3	4.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.7	6.1	11.0	20.1	12.9	Autres magasins de produits durables
9.0	6.9	7.3	8.2	9.4	Autres magasins de vente au détail
<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>5.7</b>	<b>4.6</b>	<b>7.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998	Quarter II 1998	Quarter I 1998
	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,806.3	1,921.7	1,961.9	1,934.3	1,809.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	412.7	469.0	407.1	416.0	394.2
Shoe stores	37.8	51.8	50.0	49.8	38.6
Men's clothing stores	33.7	65.1	41.8	42.9	37.2
Women's clothing stores	104.1	154.8	133.2	136.3	105.9
Other clothing stores	160.8	259.3	202.9	171.7	149.7
Household furniture and appliance stores	328.7	446.3	363.6	325.5	310.5
Household furnishings stores	87.8	117.8	100.0	95.0	88.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,798.4	1,730.4	2,060.8	2,246.8	1,799.1
Gasoline service stations	462.6	529.5	638.2	647.6	590.1
Automotive parts, accessories and services	371.4	428.3	418.2	434.2	365.0
General merchandise stores	777.0	1,220.7	905.6	896.8	749.1
Other semi-durable goods stores	220.3	342.4	289.4	291.3	214.8
Other durable goods stores	243.5	337.2	297.2	262.4	227.7
Other retail stores	357.8	467.7	448.4	422.6	365.1
<b>Total, all stores</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>	<b>8,517.6</b>	<b>7,375.4</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	46.6	49.5	51.8	50.5	45.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	0.9	1.5	1.2	1.3	0.9
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.0	5.1	4.5	3.8	3.8
Household furnishings stores	0.5	0.8	0.9	0.8	0.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	29.3	35.9	38.2	30.2
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	52.0	60.5	56.0	52.4	48.9
Other semi-durable goods stores	4.9	7.6	7.9	7.2	4.9
Other durable goods stores	3.5	6.5	6.4	5.6	3.6
Other retail stores	8.9	10.3	12.1	12.9	8.7
<b>Total, all stores</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>	<b>213.2</b>	<b>179.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Colombie-Britannique</b>
-0.2	-5.3	-6.1	3.6	0.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.7	-3.2	-6.1	-5.9	-5.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.1	-	0.4	3.1	1.8	Magasins de chaussures
-9.4	-6.2	-8.7	-9.3	1.9	Magasins de vêtements pour hommes
-1.7	-5.9	-4.4	3.4	--	Magasins de vêtements pour femmes
7.4	3.6	2.2	-1.8	2.7	Autres magasins de vêtements
5.9	-0.2	-2.5	-1.8	-7.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.0	-5.2	-3.2	-5.8	-0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
--	-7.4	-0.9	-5.6	-6.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-21.6	-13.2	-5.0	3.5	10.4	Stations-service
1.8	3.1	-4.0	3.0	0.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.7	-0.1	0.7	1.6	5.5	Magasins de marchandises diverses
2.6	-0.6	-7.4	-10.2	-9.9	Autres magasins de produits semi-durables
6.9	1.2	5.4	12.4	22.0	Autres magasins de produits durables
-2.0	0.8	2.1	4.2	5.5	Autres magasins de vente au détail
<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>-0.7</b>	<b>-0.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>
2.9	-	-1.3	0.4	10.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-16.7	-7.7	-7.1	-18.2	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
5.3	-12.1	-4.3	-17.4	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-44.4	-20.0	12.5	-	12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	-4.9	-3.0	-14.0	-7.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	-1.1	2.9	-6.1	5.2	Magasins de marchandises diverses
-	-11.6	-10.2	-1.4	-14.0	Autres magasins de produits semi-durables
-2.8	12.1	18.5	-3.4	-	Autres magasins de produits durables
2.3	-	7.1	27.7	13.0	Autres magasins de vente au détail
<b>4.5</b>	<b>-0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>-2.1</b>	<b>3.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.0	24.1	26.6	24.5	21.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	13.1	16.0	16.5	12.3
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	2.2	3.8	4.5	3.4	2.4
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>	<b>81.8</b>	<b>63.1</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	17.9				
All other food stores	x				
Drugs and patent medicine stores	x				
Shoe stores	x				
Men's clothing stores	x				
Women's clothing stores	x				
Other clothing stores	x				
Household furniture and appliance stores	1.7				
Household furnishings stores	x				
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x				
Gasoline service stations	6.2				
Automotive parts, accessories and services	x				
General merchandise stores	x				
Other semi-durable goods stores	1.9				
Other durable goods stores	1.8				
Other retail stores	x				
<b>Total, all stores</b>	<b>83.2</b>				



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
0.5	-3.2	1.5	-3.2	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	-3.0	1.3	-23.6	-	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-8.3	-13.6	-6.3	-10.5	-7.7	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>4.0</b>	<b>-0.8</b>	<b>5.0</b>	<b>-3.8</b>	<b>2.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998	Quarter II 1998	Quarter I 1998
	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
Nunavut					
Supermarkets and grocery stores	6.7				
All other food stores	-				
Drugs and patent medicine stores	-				
Shoe stores	-				
Men's clothing stores	-				
Women's clothing stores	-				
Other clothing stores	-				
Household furniture and appliance stores	-				
Household furnishings stores	-				
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x				
Gasoline service stations	x				
Automotive parts, accessories and services	x				
General merchandise stores	x				
Other semi-durable goods stores	0.7				
Other durable goods stores	x				
Other retail stores	x				
<b>Total, all stores</b>	<b>38.8</b>				



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Nunavut</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février
	Per cent - Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	94.0	94.7	95.5	94.4
All other food stores	88.7	91.1	92.5	93.7
Drugs and patent medicine stores	88.4	91.2	87.4	87.2
Shoe stores	77.9	93.1	95.5	96.4
Men's clothing stores	92.1	93.1	92.3	93.2
Women's clothing stores	93.3	94.0	94.1	94.1
Other clothing stores	94.3	94.8	95.6	96.5
Household furniture and appliance stores	93.1	94.0	94.7	95.5
Household furnishings stores	83.2	86.6	89.5	91.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.9	95.4	96.0	94.9
Gasoline service stations	75.6	92.5	94.9	94.2
Automotive parts, accessories and services	91.7	91.9	93.1	93.2
General merchandise stores	99.2	99.4	99.4	99.3
Other semi-durable goods stores	90.9	92.3	92.5	93.8
Other durable goods stores	89.7	92.1	92.9	91.6
Other retail stores	92.9	94.7	94.3	95.6
<b>Total, all stores</b>	<b>92.6</b>	<b>94.6</b>	<b>95.1</b>	<b>94.6</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	96.4	97.4	97.6	97.8
Prince Edward Island	92.4	93.2	92.8	92.7
Nova Scotia	95.6	96.8	97.1	96.6
New Brunswick	93.9	94.8	94.8	94.7
Quebec	92.4	93.5	95.5	93.9
Ontario	92.5	94.8	94.4	93.8
Manitoba	91.9	95.0	95.1	95.4
Saskatchewan	91.1	94.8	93.1	94.1
Alberta	92.1	94.8	95.7	96.2
British Columbia	93.0	95.0	95.5	95.3
Yukon	89.6	92.4	93.3	90.0
Northwest Territories	81.7	92.8	90.5	99.4
Nunavut	93.1	94.3	94.5	94.9



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				
May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.3	1.3	1.3	1.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
4.9	4.9	4.8	4.7	Tous les autres magasins d'alimentation
2.1	2.1	2.0	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.5	2.6	2.4	2.5	Magasins de chaussures
3.1	3.1	3.1	3.0	Magasins de vêtements pour hommes
2.4	2.8	3.0	2.7	Magasins de vêtements pour femmes
1.7	2.1	2.3	2.4	Autres magasins de vêtements
4.8	3.0	2.9	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.1	3.6	4.1	3.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.4	3.3	3.2	3.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.4	2.3	2.3	2.3	Stations-service
2.3	2.4	2.5	2.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.1	0.8	0.9	0.9	Magasins de marchandises diverses
4.6	3.7	3.8	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
3.3	3.1	2.9	3.0	Autres magasins de produits durables
2.9	2.0	1.6	1.8	Autres magasins de vente au détail
1.1	1.1	1.1	1.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
2.3	2.5	2.2	2.2	Terre-Neuve
1.8	1.4	1.7	1.5	Île-du-Prince-Édouard
3.6	4.3	4.2	6.1	Nouvelle-Écosse
3.5	3.3	2.7	2.6	Nouveau-Brunswick
3.1	2.9	2.9	2.7	Québec
1.9	2.0	2.0	1.8	Ontario
2.0	2.4	2.1	2.1	Manitoba
2.0	2.1	1.9	1.8	Saskatchewan
2.3	2.1	2.2	1.8	Alberta
1.7	1.5	1.5	1.4	Colombie-Britannique
0.3	0.3	0.4	0.4	Yukon
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest
-	-	-	-	Nunavut



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,570.9	4,526.8	4,522.1	4,496.0	4,494.8	4,457.9	4,489.0
All other food stores	363.4	358.6	368.2	360.4	357.2	358.9	357.2
Drugs and patent medicine stores	1,112.1	1,106.0	1,116.2	1,112.8	1,102.1	1,070.4	1,079.6
Shoe stores	143.6	142.3	141.5	137.4	139.3	139.2	133.7
Men's clothing stores	127.2	127.5	129.7	128.5	126.0	129.0	133.4
Women's clothing stores	376.9	371.2	374.2	374.5	374.6	361.8	372.6
Other clothing stores	570.1	559.9	556.3	547.1	530.9	517.8	542.0
Household furniture and appliance stores	907.5	858.3	887.9	887.5	888.8	881.6	866.9
Household furnishings stores	210.5	208.2	206.7	206.1	205.0	207.6	219.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,458.4	5,594.2	5,673.6	5,601.6	5,544.3	5,464.6	5,429.7
Gasoline service stations	1,391.4	1,389.0	1,318.4	1,286.5	1,287.4	1,276.6	1,273.5
Automotive parts, accessories and services	1,234.4	1,229.8	1,227.8	1,196.7	1,253.0	1,226.7	1,218.1
General merchandise stores	2,493.7	2,445.6	2,440.2	2,436.1	2,490.7	2,369.8	2,341.2
Other semi-durable goods stores	708.7	699.6	713.1	682.5	706.9	688.5	711.7
Other durable goods stores	591.7	588.8	601.8	596.1	616.1	567.1	571.5
Other retail stores	1,058.5	1,031.2	1,010.5	1,015.3	1,007.8	985.1	995.9
<b>Total, all stores</b>	<b>21,319.1</b>	<b>21,237.1</b>	<b>21,288.2</b>	<b>21,065.0</b>	<b>21,125.0</b>	<b>20,702.5</b>	<b>20,734.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	347.8	335.5	351.7	335.9	333.6	323.3	333.6
Prince Edward Island	92.9	90.4	92.7	89.3	89.3	85.8	86.2
Nova Scotia	661.6	632.0	658.7	660.0	654.5	651.1	646.1
New Brunswick	544.6	523.0	520.9	513.2	509.2	493.8	496.0
Quebec	4,992.8	4,991.0	5,022.4	4,955.4	4,965.9	4,823.3	4,834.1
Ontario	8,152.9	8,088.9	8,078.9	7,976.2	7,960.1	7,775.3	7,835.7
Manitoba	729.6	743.0	752.0	746.2	750.8	737.4	735.1
Saskatchewan	635.7	635.3	628.7	622.8	635.4	629.6	626.6
Alberta	2,332.4	2,342.6	2,364.3	2,355.5	2,374.2	2,360.4	2,347.0
British Columbia	2,756.8	2,785.6	2,745.3	2,738.3	2,780.9	2,752.4	2,725.1
Yukon	27.6	27.2	26.6	28.0	26.1	26.2	26.2
Northwest Territories	14.8	15.0	14.9	13.5	14.3		
Nunavut	29.6	27.7	31.1	30.6	30.5		



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,454.7	4,465.5	4,435.4	4,479.5	4,463.5	4,459.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
366.0	357.1	359.6	362.2	359.3	360.2	Tous les autres magasins d'alimentation
1,084.4	1,078.0	1,090.8	1,095.5	1,083.3	1,092.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
135.1	134.9	138.0	138.4	133.4	148.7	Magasins de chaussures
131.4	132.8	133.8	130.6	127.1	130.8	Magasins de vêtements pour hommes
362.1	363.7	364.8	366.5	353.3	372.5	Magasins de vêtements pour femmes
540.3	534.6	535.2	531.3	508.7	515.1	Autres magasins de vêtements
856.5	849.6	863.9	871.3	844.9	837.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
206.1	203.4	204.0	199.4	199.1	195.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,246.4	5,564.1	5,462.6	5,374.2	5,356.5	5,426.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,289.2	1,291.8	1,303.7	1,310.3	1,297.9	1,329.4	Stations-service
1,222.4	1,201.6	1,189.4	1,200.0	1,171.6	1,199.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,349.6	2,342.7	2,318.5	2,337.0	2,249.2	2,334.4	Magasins de marchandises diverses
706.6	693.6	680.1	681.1	664.2	684.9	Autres magasins de produits semi-durables
575.3	571.1	562.5	568.1	561.1	563.1	Autres magasins de produits durables
985.1	985.0	973.8	965.7	960.0	970.4	Autres magasins de vente au détail
<b>20,511.1</b>	<b>20,769.5</b>	<b>20,616.1</b>	<b>20,611.1</b>	<b>20,333.0</b>	<b>20,619.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
329.4	331.3	317.4	323.6	326.0	323.6	Terre-Neuve
85.6	87.6	88.0	88.8	88.2	87.7	Île-du-Prince-Édouard
641.0	639.0	640.2	641.6	630.8	634.5	Nouvelle-Écosse
486.1	497.7	497.4	502.2	499.6	504.1	Nouveau-Brunswick
4,775.3	4,782.1	4,768.2	4,766.3	4,642.3	4,727.4	Québec
7,739.0	7,823.5	7,788.5	7,726.7	7,674.8	7,810.4	Ontario
726.3	752.2	730.1	728.7	728.7	722.8	Manitoba
625.4	651.9	638.9	634.3	624.7	629.9	Saskatchewan
2,316.3	2,408.2	2,342.6	2,357.6	2,310.4	2,340.6	Alberta
2,718.6	2,727.0	2,736.3	2,773.0	2,741.6	2,771.9	Colombie-Britannique
25.7	26.3	26.7	26.2	25.6	25.2	Yukon
						Territoires du Nord Ouest
						Nunavut



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,685.8	4,520.1	4,289.5	3,981.0	4,478.8	4,739.8	4,180.4
All other food stores	373.9	351.1	345.5	315.8	321.8	443.2	339.7
Drugs and patent medicine stores	1,093.8	1,092.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5	1,342.0	1,055.7
Shoe stores	167.3	143.1	109.0	81.3	108.4	176.8	150.5
Men's clothing stores	126.3	115.2	95.9	80.0	99.1	262.2	158.5
Women's clothing stores	403.7	363.0	308.3	252.2	274.3	583.8	394.6
Other clothing stores	542.6	501.4	466.9	356.9	387.0	892.5	607.1
Household furniture and appliance stores	832.2	775.1	791.5	689.3	743.7	1,306.5	944.1
Household furnishings stores	209.1	193.1	194.5	160.1	158.4	264.0	237.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,466.6	6,457.2	6,102.2	4,535.2	4,192.9	4,732.2	4,926.3
Gasoline service stations	1,444.8	1,344.8	1,255.9	1,106.0	1,183.5	1,261.3	1,254.1
Automotive parts, accessories and services	1,357.5	1,236.3	1,094.7	899.7	1,043.0	1,349.6	1,317.5
General merchandise stores	2,449.9	2,266.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7	3,953.3	2,863.6
Other semi-durable goods stores	803.1	629.6	553.7	478.6	513.0	1,073.3	749.8
Other durable goods stores	591.4	533.0	469.0	423.3	477.6	1,069.7	559.6
Other retail stores	1,091.3	958.5	863.0	776.8	800.3	1,365.8	934.7
<b>Total, all stores</b>	<b>22,639.3</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	370.7	335.8	323.3	256.8	262.5	394.5	343.2
Prince Edward Island	98.7	85.2	80.4	66.3	69.3	102.9	84.0
Nova Scotia	693.8	643.3	605.6	526.1	538.5	788.4	654.7
New Brunswick	578.2	523.6	478.8	398.4	403.2	590.6	499.4
Quebec	5,492.5	5,255.0	4,743.3	3,903.2	4,071.6	5,432.2	4,712.7
Ontario	8,604.2	8,067.2	7,611.6	6,415.9	6,645.6	9,604.9	7,943.4
Manitoba	762.8	748.6	714.7	600.6	635.2	898.4	736.1
Saskatchewan	654.0	633.8	585.4	500.4	551.0	759.7	633.4
Alberta	2,463.8	2,351.6	2,279.7	1,898.1	2,014.7	2,873.0	2,351.7
British Columbia	2,844.3	2,767.4	2,652.4	2,276.0	2,410.6	3,293.2	2,651.0
Yukon	29.9	25.8	24.6	20.6	20.4	28.2	23.4
Northwest Territories	15.5	15.4	14.5	12.0	12.4		
Nunavut	31.0	27.7	31.3	25.6	26.2		



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,664.1	4,382.8	4,504.8	4,808.4	4,445.8	4,725.6	21,955.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
366.9	345.6	359.2	385.8	369.2	381.7	1,708.1	Tous les autres magasins d'alimentation
1,098.1	1,051.8	1,063.0	1,087.8	1,062.5	1,086.4	5,370.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
154.4	148.2	147.9	130.4	146.1	173.4	609.1	Magasins de chaussures
139.8	122.3	112.1	113.2	132.9	132.5	516.5	Magasins de vêtements pour hommes
381.8	387.7	348.5	358.4	357.9	410.5	1,601.5	Magasins de vêtements pour femmes
588.3	565.3	582.9	474.4	470.7	494.4	2,254.8	Autres magasins de vêtements
904.1	883.0	860.9	858.2	812.7	769.0	3,831.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
218.5	210.8	209.0	207.3	212.8	193.0	915.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,186.3	5,580.8	5,206.4	5,820.6	6,503.4	6,570.1	27,754.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,340.3	1,302.3	1,406.6	1,455.6	1,369.0	1,366.5	6,335.0	Stations-service
1,268.5	1,183.2	1,160.0	1,324.8	1,294.6	1,326.8	5,631.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,507.0	2,238.9	2,254.0	2,197.0	2,168.7	2,295.6	10,381.5	Magasins de marchandises diverses
686.2	699.3	700.8	713.4	711.3	781.1	2,978.0	Autres magasins de produits semi-durables
521.8	548.5	599.3	594.2	552.6	569.4	2,494.3	Autres magasins de produits durables
1,007.6	966.9	1,046.8	1,121.5	992.7	1,020.3	4,489.9	Autres magasins de vente au détail
<b>21,033.7</b>	<b>20,617.3</b>	<b>20,562.2</b>	<b>21,650.8</b>	<b>21,603.0</b>	<b>22,296.1</b>	<b>98,826.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
339.7	321.1	329.2	350.9	347.6	350.6	1,549.1	Terre-Neuve
86.6	86.6	98.7	105.9	97.7	93.6	399.9	Île-du-Prince-Édouard
656.3	621.3	656.2	688.1	671.0	673.3	3,007.3	Nouvelle-Écosse
508.3	497.5	509.2	542.9	541.7	543.2	2,382.2	Nouveau-Brunswick
4,933.4	4,758.4	4,746.9	5,075.9	4,978.5	5,330.4	23,465.6	Québec
7,861.9	7,818.3	7,634.3	8,022.8	8,166.3	8,376.4	37,344.5	Ontario
763.1	736.5	726.2	753.1	768.0	774.8	3,461.9	Manitoba
670.6	641.9	639.9	661.8	658.9	661.6	2,924.6	Saskatchewan
2,395.0	2,349.8	2,351.3	2,429.6	2,443.8	2,507.3	11,007.9	Alberta
2,750.8	2,717.7	2,797.5	2,941.6	2,856.4	2,913.4	12,950.7	Colombie-Britannique
25.5	26.6	30.6	32.4	30.2	27.4	121.3	Yukon
						69.8	Territoires du Nord Ouest
						141.8	Nunavut



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	103.0	92.4	90.2	74.9	435.6
Prince Edward Island	27.9	22.7	22.7	19.0	111.8
Nova Scotia	197.6	177.2	178.9	147.0	855.2
New Brunswick	151.1	139.6	131.6	110.8	648.9
Quebec	1,691.5	1,507.1	1,321.8	1,117.2	6,893.8
Ontario	2,909.5	2,632.2	2,465.3	2,141.4	12,391.4
Manitoba	217.9	210.9	201.4	164.4	965.6
Saskatchewan	200.3	192.9	181.5	155.8	897.9
Alberta	759.0	711.8	700.2	594.6	3,384.1
British Columbia	931.8	896.6	873.2	737.0	4,234.7
Yukon	5.8	5.3	5.2	4.2	24.6
Northwest Territories	12.4	12.1	11.4	9.4	55.3
Nunavut	11.8	11.7	11.6	9.8	54.5
<b>Total</b>	<b>7,219.5</b>	<b>6,612.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>5,285.6</b>	<b>30,953.4</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	103.0	92.4	90.2	74.9	75.1	171.5	140.0
Prince Edward Island	27.9	22.7	22.7	19.0	19.5	44.9	30.0
Nova Scotia	197.6	177.2	178.9	147.0	154.5	334.3	243.2
New Brunswick	151.1	139.6	131.6	110.8	115.8	247.8	184.3
Quebec	1,691.5	1,507.1	1,321.8	1,117.2	1,256.2	2,214.4	1,623.4
Ontario	2,909.5	2,632.2	2,465.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2	3,135.9
Manitoba	217.9	210.9	201.4	164.4	171.0	358.5	249.0
Saskatchewan	200.3	192.9	181.5	155.8	167.4	316.7	224.9
Alberta	759.0	711.8	700.2	594.6	618.5	1,240.4	862.3
British Columbia	931.8	896.6	873.2	737.0	796.1	1,502.0	999.9
Yukon	5.8	5.3	5.2	4.2	4.1	8.5	5.8
Northwest Territories	12.4	12.1	11.4	9.4	10.0		
Nunavut	11.8	11.7	11.6	9.8	9.6		
<b>Total</b>	<b>7,219.5</b>	<b>6,612.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>	<b>10,924.3</b>	<b>7,720.6</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
10.5	5.7	11.4	7.2	8.3	<b>Régions</b> Terre-Neuve
7.3	-2.6	6.1	0.5	3.1	Île-du-Prince-Édouard
6.8	0.6	10.7	5.4	6.1	Nouvelle-Écosse
6.1	3.6	9.8	8.0	7.2	Nouveau-Brunswick
2.3	0.8	3.9	-1.5	3.0	Québec
7.8	7.5	10.3	8.5	8.3	Ontario
3.6	3.3	5.9	6.1	4.3	Manitoba
1.8	1.1	3.9	2.7	1.9	Saskatchewan
1.6	0.7	7.4	4.7	3.2	Alberta
1.0	3.2	5.4	3.8	3.1	Colombie-Britannique
1.8	12.8	2.0	-	1.7	Yukon
					Territoires du Nord Ouest
					Nunavut
<b>4.6</b>	<b>3.9</b>	<b>7.5</b>	<b>4.7</b>	<b>5.4</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	May 1998 Mai	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
115.7	99.4	99.4	96.7	93.1	93.2	435.6	<b>Régions</b> Terre-Neuve
28.1	27.5	32.9	32.1	26.9	26.0	111.8	Île-du-Prince-Édouard
210.0	190.1	201.1	191.9	181.4	185.1	855.2	Nouvelle-Écosse
164.2	148.6	148.8	144.8	140.5	142.4	648.9	Nouveau-Brunswick
1,617.6	1,556.1	1,545.8	1,564.0	1,536.0	1,654.0	6,893.8	Québec
2,835.5	2,729.2	2,692.7	2,613.3	2,606.2	2,698.6	12,391.4	Ontario
229.6	202.3	216.3	206.3	203.8	210.4	965.6	Manitoba
216.7	192.6	200.1	195.2	193.3	196.8	897.9	Saskatchewan
790.6	746.0	781.6	734.0	723.7	747.3	3,384.1	Alberta
962.4	935.6	929.6	925.6	896.1	923.0	4,234.7	Colombie-Britannique
6.7	6.4	7.9	7.2	6.6	5.7	24.6	Yukon
						55.3	Territoires du Nord Ouest
						54.5	Nunavut
<b>7,200.0</b>	<b>6,855.7</b>	<b>6,878.5</b>	<b>6,734.2</b>	<b>6,628.2</b>	<b>6,905.2</b>	<b>30,953.4</b>	<b>Total</b>



**Table 9**  
**Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates**

	Price Index  Indice des prix	Current Dollars  Dollars courants	Unadjusted Non désaisonnalisé		Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
			Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année			
		Millions \$	%	Millions \$		%
<b>1997</b>						
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2		6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9		0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6		0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1		8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4		7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2		5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6		8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5		3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8		8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0		7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5		1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1		9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>		<b>5.5</b>
<b>1998</b>						
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5		4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1		4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2		5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1		5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0		2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4		4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5		4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2		2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4		4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5		2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8		2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9		1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>		<b>3.7</b>
<b>1999</b>						
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9		2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4		3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2		6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5		2.0
May	109.8	22,639.3	1.5	20,610.3		0.4
June						
July						
August						
September						
October						
November						
December						
<b>Year</b>						

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1997</b>
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		Janvier
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Février
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	<b>...</b>	<b>220,955.1</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	--		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	<b>...</b>	<b>229,054.6</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
107.5	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Février
108.1	21,288.2	1.1	19,685.6	0.4		Mars
108.8	21,237.1	-0.2	19,516.4	-0.9		Avril
109.0	21,319.1	0.4	19,565.4	0.3		Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.c.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and auto supply stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, battery, parts and accessories stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (general repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and body repair shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler replacement shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor vehicle glass replacement shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other motor vehicle repair shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car washes	6391	Lave-autos
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and stationery stores	6511	Librairies et papeteries
6521	Florist shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and garden centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, glass and wallpaper stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and hobby stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, novelty and souvenir stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting goods stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical instrument stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and tape stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and jewellery repair shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and photographic supply stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>	<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Liquor stores	6021	Magasins de spiritueux
6022	Wine stores	6022	Magasins de vin
6023	Beer stores	6023	Magasins de bière
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticians' shops	6592	Opticiens
6593	Art galleries and artists' supply stores	6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Luggage and leather goods stores	6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Monument and tombstone dealers	6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Pet stores	6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Coin and stamp dealers	6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Mobile home dealers	6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Other retail stores, n.e.c.	6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



Build on the range and depth of  
your knowledge and experience

# Put the power of Inter-Corporate Ownership 1998 to work for you!

**W**hen you're working to stay on top of the volatile business environment, and dealing with increased client expectations and escalating competition, you know success boils down to one thing, **Performance**. *Inter-Corporate Ownership 1998* helps you meet your standards of excellence by providing you with accurate, timely and comprehensive business ownership information, while saving you valuable research time. Use this definitive guide to learn at a glance who owns and controls which companies, where their head offices are located, how they fit into the corporate hierarchy, and much more.

## Knowledge = Power

*Inter-Corporate Ownership 1998* provides you with **value-added** features you simply **cannot** get anywhere else, including:

- ▶ **89,000** comprehensive company listings, with approximately **11,000** foreign parent companies
- ▶ **tens of thousands more** listings than any comparable resource
- ▶ meticulously organized data, fully indexed for quick searches and easy cross referencing
- ▶ a **choice** of formats to better meet your particular information needs:
  - ★ CD-ROM
  - ★ hard-cover book

An indispensable resource for lawyers, analysts, investors, lobbyists, researchers and corporate executives, *Inter-Corporate Ownership 1998* will help you to:

- ▶ identify corporate pyramids and explore investment opportunities
- ▶ pinpoint marketing opportunities and target the right decision makers
- ▶ locate potential customers and learn about competitors
- ▶ trace changes in foreign control and uncover export opportunities

- ▶ fulfill due diligence requirements

Research business ownership questions more **quickly, reliably** and **easily** with *Inter-Corporate Ownership 1998*. Put its powerful contents to work for you!

To order, CALL toll-free at 1 800 267-6677, FAX your VISA, MasterCard order to 1 800 889-9734 or MAIL your order to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. You may also order via E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

Soyez à la fine pointe de votre  
savoir-faire et de votre expérience

# Tirez profit de Liens de parenté entre sociétés 1998

**P**our demeurer compétitif dans le monde changeant des affaires, pour faire face à l'augmentation des attentes des clients et à l'escalade de la concurrence, vous savez que le succès se résume en un seul mot. Rendement. **Liens de parenté entre sociétés 1998** vous aide à atteindre vos normes d'excellence en vous fournissant des renseignements exacts, actuels et complets sur les sociétés, tout en vous épargnant du temps précieux de recherche. C'est un guide complet pour connaître, d'un coup d'oeil, qui possède et contrôle quelles sociétés, où se trouvent leurs sièges sociaux, comment ces sociétés s'imbriquent dans la hiérarchie globale et bien d'autres renseignements.

## Savoir-faire = Pouvoir

*Liens de parenté entre sociétés 1998* vous procure des caractéristiques à valeur ajoutée que vous ne pouvez tout simplement pas retrouver ailleurs, y compris :

- ▶ **89 000** inscriptions détaillées, dont celles d'environ **11 000** sociétés-mères étrangères
- ▶ **des dizaines de milliers d'inscriptions de plus** que toute source comparable
- ▶ des données rassemblées avec précision, entièrement indexées pour des recherches rapides et des renvois faciles
- ▶ un **choix** de formats pour mieux satisfaire vos besoins particuliers :
  - ★ CD-ROM
  - ★ livre relié

Une source indispensable pour les juristes, les analystes, les investisseurs, les lobbyistes, les chercheurs et les chefs d'entreprises, *Liens de parenté entre sociétés 1998* vous aidera à :

- ▶ identifier les hiérarchies des sociétés et à explorer des possibilités d'investissements
- ▶ pointer les possibilités de marketing et à cibler les vrais décideurs
- ▶ reconnaître des clients potentiels et à connaître vos concurrents
- ▶ suivre les changements de propriété à l'étranger et à découvrir des débouchés à l'exportation
- ▶ répondre à des exigences de «célérité raisonnable»

**Liens de parenté entre sociétés 1998** répond plus rapidement, plus adéquatement et plus facilement aux questions sur les différentes sociétés. Mettez son incroyable contenu à votre service!

Pour commander, TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677, TÉLÉCOPIEZ vos commandes par VISA ou MasterCard au 1 800 889-9734 ou POSTEZ votre commande à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec votre Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication. Vous pouvez aussi commander par COURRIEL : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

**Offres spéciales pour le livre  
LPS 1998 & le CD-ROM  
disponibles maintenant!**  
**Épargnez de 15 % à 20 %!**

**Liens de parenté entre sociétés 1998 — Livre** (N° 61-517-XPB au catalogue) se vend 350 \$.  
**Liens de parenté entre sociétés 1998 sur CD-ROM** (N° 61-517-XCB au catalogue) se vend 995 \$ pour un abonnement annuel ou 350 \$ pour un seul numéro trimestriel. Offres spéciales : LPS 1998 Livre & CD-ROM abonnement annuel pour 1076 \$; LPS 1998 Livre & CD-ROM numéro trimestriel courant pour 595 \$. **TOUS LES PRIX INCLUENT PAS LES TAXES DE VENTE.** Pour de brèves interrogations sur des entreprises individuelles, communiquez avec une des personnes-ressources à un des centres de consultation inscrits dans la présente publication.

**Special package offers on  
ICO 98 Book & CD-ROM  
now available!**  
**Save 15%-20%!**

*Inter-Corporate Ownership 1998 — Book* (Cat. No. 61-517-XPB) is \$350.  
*Inter-Corporate Ownership 1998 on CD-ROM* (Cat. No. 61-517-XCB) costs \$995 for an annual subscription or \$350 for a single quarterly issue.  
Special Package Offers: *ICO 98 Book & CD-ROM* annual subscription costs \$1076;  
*ICO 98 Book & CD-ROM* current quarterly issue costs \$595. **ALL PRICES EXCLUDE SALES TAX.** For brief queries on individual company listings, contact an account executive at one of the regional reference centres listed in this publication.





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE

1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX

1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my:

☐ VISA

☐ MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature

☐ Payment enclosed \$

☐ Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.	SUBTOTAL
	DISCOUNT (if applicable)
▶ Subscription will begin with the next issue to be released.	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)
	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)
▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)
	GRAND TOTAL
▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.	PF 097019
▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.	
▶ GST Registration # R121491807	

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada





# BON DE COMMANDE

## Statistique Canada

### POUR COMMANDER :



**COURRIER**

Statistique Canada  
Opérations et intégration  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6



**TÉLÉPHONE**  
1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



**TÉLÉCOPIEUR**  
1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



**INTERNET** order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)



**1 800 363-7629**

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

### MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature

☐ Paiement inclus \$

☐ N° du bon de commande  
(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

▶ Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.	<b>TOTAL</b>
▶ L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.	<b>RÉDUCTION</b> (s'il y a lieu)
▶ Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.	<b>TPS (7 %)</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
▶ Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.	<b>TVP en vigueur</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
▶ Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Releveur général du Canada.	<b>TVH en vigueur</b> (N.-É., N.-B., T.-N.)
▶ TPS N° R121491807	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>
<b>PF097019</b>	

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada



## THE STATISTICS CANADA EARLY MORNING START-UP SPECIAL

Every morning at 8:30 a.m., Monday to Friday, Internet users can display the day's top socio-economic data simply by selecting **Daily News** on Statistic Canada's Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca). There is no charge for this service.

**The Daily** is an early-bird review of the latest official data and information released by Statistics Canada. Key economic indicators like employment rates and the Consumer Price Index, in addition to a wide range of business-related information, make **The Daily** the #1 choice for business people who want to keep up-to-date on the country's most important economic developments ... as they happen. It is also the best source for concise briefs on the state of the economy and Canadian society in general.

### HERE'S JUST A TASTE OF WHAT YOU'LL FIND AT OUR SITE:

- gross domestic product
- income characteristics
- household information
- population statistics
- motor vehicle sales
- fuel prices
- international trade
- agricultural data
- employment rates
- consumer price indexes
- international transactions in securities
- census data
- investment
- wholesale and retail trade
- national accounts and balance of payments
- shipments
- travel statistics
- construction
- manufacturing ... and more

### FIND OUT WHY JOURNALISTS ACROSS CANADA ACCESS **THE DAILY** EVERY WORKING DAY

The media has long relied on **The Daily** for the information contained in many of the news reports Canadians read or listen to on a regular basis. Now you, too, can link up to this same information quickly and conveniently. What's more, **The Daily** will keep you tuned to the timing and delivery of major Statistics Canada releases and the arrival of our newest products and services.

So, pull up a chair and visit us at our Web site soon. We want your day to get off to the right start.

## POUR PARTIR DU BON PIED : **LE QUOTIDIEN** DE STATISTIQUE CANADA



Dès 8 h 30, du lundi au vendredi, les utilisateurs d'Internet peuvent consulter les principales données socioéconomiques de la journée en accédant aux **Nouvelles du Quotidien** sur le site Web de Statistique Canada à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca). Le service est gratuit.

**Le Quotidien** permet un survol rapide des plus récentes données et analyses officielles que diffuse Statistique Canada. Des indicateurs économiques clés tels que les taux d'emploi et les indices des prix à la consommation, auxquels s'ajoute l'éventail des données sur l'activité commerciale, font de **Le Quotidien** le choix idéal pour les gens d'affaires qui souhaitent être informés des faits saillants de l'économie... dès qu'ils surviennent. C'est aussi la source par excellence de résumés succincts sur l'état de l'économie et de la société canadienne en général.

### VOICI UN APERÇU DU CONTENU :

- produit intérieur brut
- caractéristiques du revenu
- renseignements sur les ménages
- opérations internationales en valeurs mobilières
- données de recensement
- données sur les investissements
- commerce de gros et de détail
- comptes nationaux et balance des paiements
- livraisons manufacturières
- statistiques des voyages
- construction
- fabrication
- ... et plus

- statistiques sur la population
- ventes de véhicules automobiles
- prix du carburant
- commerce international
- données sur l'agriculture
- taux d'emploi
- indices des prix à la consommation

### VOYEZ POURQUOI, PARTOUT AU PAYS, LES JOURNALISTES LISENT **LE QUOTIDIEN** **CHAQUE JOUR OUVRABLE**

Depuis longtemps, les médias puisent dans **Le Quotidien** l'information qui alimente un bon nombre de reportages que les Canadiens lisent ou entendent régulièrement. Désormais, vous aussi pouvez y accéder rapidement et en temps utile. **Le Quotidien** vous informera de l'heure et de la parution des principaux communiqués de Statistique Canada et de l'arrivée de nos plus récents produits et services.

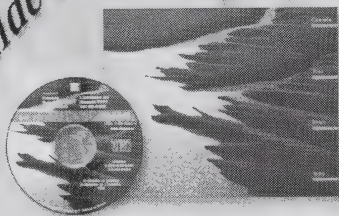
Pour partir du bon pied, ne tardez pas! Visitez notre site Web :

<http://www.statcan.ca>





## Your Guide from Coast to Coast!



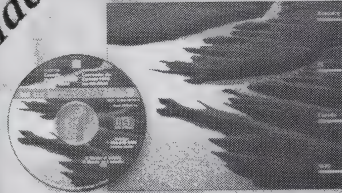
THE CANADIAN REFERENCE THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS ABOUT CANADA, AND EVEN THOSE YOU NEVER THOUGHT TO ASK, IS NOW AVAILABLE AS A CAPTIVATING BOOK, AS A USER-FRIENDLY CD-ROM AND AS A PRACTICAL COMBINATION PACKAGE. CONVENIENT AT WORK, SCHOOL AND HOME, CANADA YEAR BOOK 1999 BOTH DISPLAYS AND ANALYZES THE COMPLEXITIES OF LIVING AND WORKING IN CANADA TODAY.

Time and time again, you will turn to *Canada Year Book 1999* for penetrating articles, accurate statistics, clear tables, informative graphs and exquisite photographs spotlighting key trends and changes in our social, political and economic lives.

Choose *Canada Year Book 1999* or *Canada Year Book 1999 on CD-ROM* as your reference companion. You can order the book (cat. no. 11-402-XPE99001) for \$54.95, the CD-ROM (cat. no. 11-402-XCB99001) for \$74.95, OR the Book/CD-ROM Combination Package (cat. no. 10-3005XKE99001) available at the special price of \$123.41. (Prices exclude shipping and handling as well as applicable taxes.)

To order, call toll-free 1 800 267-6677, fax toll-free 1 877 287-4369 or write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also e-mail your order to: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

## Votre guide d'un océan à l'autre!



OUTIL DE RÉFÉRENCE CANADIEN QUI RÉPOND À TOUTES VOS QUESTIONS, MÊME À CELLES QUE VOUS N'AVEZ PAS ENCORE POSÉES, EST PRÉSENTÉ EN UN LIVRE CAPTIVANT, UN CD-ROM CONVIVIAL ET UN ENSEMBLE LIVRE ET CD-ROM PRATIQUE. UTILE AU TRAVAIL, À L'ÉCOLE ET À LA MAISON, L'ANNUAIRE DU CANADA 1999 DÉPEINT ET ANALYSE LES COMPLEXITÉS DE LA VIE ET DU TRAVAIL D'AUJOURD'HUI AU CANADA.

Vous consulterez l'*Annuaire du Canada 1999* encore et encore pour obtenir des articles percutants, des statistiques précises, des tableaux clairs, des graphiques informatifs et des photographies exceptionnelles qui mettent en évidence les tendances et les changements importants survenus aux plans social, politique et économique.

Choisissez l'*Annuaire du Canada 1999* ou l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* comme compagnon de référence. Vous pouvez commander le livre (n° 11-402-XPE99001 au catalogue) au prix de 54,95 \$, le CD-ROM (n° 11-402-XCB99001 au catalogue) au prix de 74,95 \$ ou l'ensemble livre et CD-ROM (n° 10-3005XKE99001 au catalogue) au prix réduit de 123,41 \$. (Les frais de port et de manutention ainsi que les taxes ne sont pas compris dans les prix indiqués.)

Pour commander, téléphonez sans frais au 1 800 267-6677, télécopiez sans frais au 1 877 287-4369 ou écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi faire parvenir votre commande par courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada de votre région (la liste des centres figure dans la présente publication).



Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) and try out a FREE DEMO of CYB99 on CD-ROM or download the FREE CYB99 Teacher's Kit!

Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et essayez notre DÉMONSTRATEUR GRATUIT de l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* ou téléchargez notre *Trousse de l'enseignant* pour l'*Annuaire du Canada* GRATUITEMENT!





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

June 1999

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Juin 1999

Commerce de détail  
Retail trade



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

June 1999

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Juin 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

August 1999

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 6

ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 6

ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Août 1999

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 6

ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 6

ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- ☐ **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- ☐ **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- ☐ **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- ☐ **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- ☐ **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- ☐ **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- ☐ **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- ☐ **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	viii
For Further Reading	x

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	viii
Lectures suggérées	x

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro d'février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

In June, consumers spent more on big ticket items sold in furniture stores and by motor vehicle dealers. However, they bought less from other types of stores. Retail sales edged up 0.3% to \$21.4 billion following a similar increase in May (+0.4%).

Retail sales were up 0.7% in the second quarter of 1999 compared with the previous quarter. This increase followed a 2.5% rise in sales during the first quarter. Furniture stores (+1.7%) led sales increases in the second quarter while drug stores (-0.2%) posted the only decline. All remaining retail sectors showed increases that ranged from 0.6% to 0.8% in the second quarter of 1999.

Overall, retail sales have picked up considerably since the fall of 1998 after slowing down in the spring and summer of the same year. Previously, sales had generally been increasing since early 1996.

### Big ticket items are big sellers

Retailers in the furniture (+2.7%) and the automotive (+2.3%) sectors reported the only sales gains in June. All other sectors posted lower sales, with clothing stores (-2.8%) and food stores (-1.6%) leading the way.

For a second consecutive month, consumers bought considerably more in furniture stores (+5.0% in May and +2.7% in June). The strong sales in this sector came entirely from household furniture and appliance stores. Sales in furniture stores, partially stimulated by a stronger housing market, had generally been increasing since the spring of 1996.

The automotive sector bounced back in June (+2.3%) following two months of declining sales. The advance in this sector came almost entirely from motor and recreational vehicle dealers (+3.4%). Previously, these dealers had reported lower sales in May (-2.8%) and April (-1.5%). These declines followed five consecutive monthly gains, starting in November 1998. More modest increases were reported during the rest of 1998 and most of 1997.

Also in the automotive sector, gasoline service stations reported a 0.6% decline in sales in June after three consecutive monthly gains. Recent fluctuations in gas prices played a key role in the sales of gasoline service stations. Gas prices declined 1.5% in June after three months of increases. Since the beginning of 1999, sales by gasoline service stations have gained most of the ground lost during the period of diminishing sales observed from the spring of 1996 to the end of 1998.

## Faits saillants

En juin, les consommateurs ont dépensé plus pour des articles coûteux vendus dans les magasins de meubles et chez les concessionnaires de véhicules automobiles. Cependant, ils ont dépensé moins dans les autres types de magasins. Les ventes au détail ont connu une hausse de 0,3 % pour s'établir à 21,4 milliards de dollars après une hausse similaire en mai (+0,4 %).

Les ventes au détail ont progressé de 0,7 % au cours du deuxième trimestre de 1999 comparativement au trimestre précédent. Cette hausse faisait suite à une augmentation des ventes de 2,5 % au cours du premier trimestre de 1999. Les magasins de meubles (+1,7 %) sont ceux qui ont enregistré la plus forte hausse du deuxième trimestre de 1999, tandis que les pharmacies (-0,2 %) étaient les seules à accusar un recul. Au cours de ce trimestre, on a pu observer des augmentations se situant entre 0,6 % et 0,8 % dans tous les autres secteurs de la vente au détail.

Dans l'ensemble, les ventes au détail affichent une progression générale depuis l'automne 1998 après avoir connu un ralentissement au printemps et à l'été de la même année. Auparavant, les ventes avaient généralement augmenté à partir du début de 1996.

### Les articles coûteux se vendent bien

Les détaillants du secteur des meubles (+2,7 %) et de l'automobile (+2,3 %) sont les seuls à avoir signalé des gains en juin. Tous les autres secteurs ont affiché des baisses. Les magasins de vêtements (-2,8 %) et d'aliments (-1,6 %) mènent au chapitre du recul des ventes.

Pour un deuxième mois consécutif, les consommateurs ont fait beaucoup plus d'achats dans les magasins de meubles (+5,0 % en mai et +2,7 % en juin). La forte hausse des ventes des deux derniers mois dans ce secteur est entièrement attribuable aux ventes des magasins de meubles et d'appareils ménagers. Partiellement stimulées par un marché du logement plus fort, les ventes des magasins de meubles sont généralement en progression depuis le printemps 1996.

Le secteur de l'automobile a connu une remontée en juin (+2,3 %) après deux mois de ventes à la baisse. La progression du secteur de l'automobile en juin est due en grande partie aux concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+3,4 %). Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs avaient enregistré des ventes plus faibles en mai (-2,8 %) et en avril (-1,5 %). Ces baisses faisaient suite à cinq mois consécutifs de gains qui avaient débuté en novembre 1998. Des hausses plus modérées ont été observées au cours des autres mois de 1998 et de la plus grande partie de 1997.

Également dans le secteur de l'automobile, les stations-service ont enregistré une diminution de 0,6 % de leurs ventes en juin après trois mois consécutifs de gains. Les récentes fluctuations dans les prix de l'essence ont joué un rôle primordial dans les ventes des stations-service. Les prix de l'essence ont baissé de 1,5 % en juin après trois mois d'augmentations. Depuis le début de 1999, les ventes des stations-service ont regagné presque tout le terrain perdu au cours de la période de ralentissement des ventes s'étendant du printemps 1996 à la fin de 1998.



### Clothing stores showed the largest decline

All types of clothing stores posted declining sales in June, resulting in a 2.8% reduction for the sector. This decline followed a 1.0% gain in May. Overall, sales in clothing stores have generally been increasing since the beginning of 1996 despite periods of weaker sales in the first few months of 1997 and most of 1998. Family and children's clothing stores classified in the other clothing category continue to be the source of strength in this sector.

June's 1.6% decline in food store sales offset the gain observed in May (+1.5%). Sales in food stores have generally been increasing since the spring of 1996 with two periods of weaker sales in the spring of 1997 and from the spring of 1998 until the end of the year.

After a 1.8% increase in May, sales in general merchandise stores fell 0.5% in June. Within this sector, sales declined in both department stores (-0.7%) and other general merchandise stores (-0.2%). Overall, other general merchandise stores are continuing the period of sales increases that started in early 1997. In contrast, over the same period, sales in department stores flattened out in the spring and summer of 1998 but have gained strength since.

### Retailers in western provinces and Ontario posted gains

Higher sales in Alberta (+1.9%) and Manitoba (+0.9%) resulted in a 1.3% increase in retail sales for the Prairie provinces. Most sectors contributed to sales advances in this region. June's increase followed two consecutive monthly declines in May (-0.5%) and April (-0.7%). Overall, retail sales in the Prairie provinces have remained generally flat since the beginning of 1998 after increasing in the previous two years.

Higher sales in the automotive and furniture sectors pushed up retail sales in Ontario by 0.7% in June. This was the sixth consecutive monthly gain for the province's retailers. Over the course of this spending spree from December 1998 to June 1999, retail sales in Ontario rose 5.7%. Sales in the province have generally been increasing since mid-1996.

In June, consumers in British Columbia increased spending by 0.5% in retail stores, with most sectors contributing to the increase. This followed a 1.0% decline in May. After experiencing a period of declining sales during most of 1998, retailers in British Columbia have generally been reporting modest sales advances since the end of 1998.

### Les magasins de vêtements ont enregistré le plus fort recul en juin

Tous les types de magasins de vêtements ont affiché des ventes à la baisse en juin, entraînant une réduction de 2,8 % pour le secteur. Ce recul fait suite à une hausse de 1,0 % en mai. En règle générale, les ventes enregistrées dans les magasins de vêtements sont à la hausse depuis le début de 1996, malgré des périodes de ventes plus faibles au cours des premiers mois de 1997 et de la plus grande partie de 1998. Les magasins de vêtements pour la famille et les enfants classés sous «Autres magasins de vêtements» continuent à être l'élément dynamique de ce secteur.

La baisse de 1,6 % des ventes enregistrées dans les magasins d'alimentation en juin a neutralisé le gain observé en mai (+1,5 %). Les ventes des magasins d'alimentation ont généralement augmenté depuis le printemps 1996 à l'exception de deux périodes de ralentissement - au printemps 1997 et du printemps 1998 jusqu'à la fin de l'année.

Après avoir enregistré une augmentation de 1,8 % en mai, les ventes des magasins de marchandises diverses ont chuté de 0,5 % en juin. Dans ce secteur, tant les grands magasins (-0,7 %) que les autres magasins de marchandises diverses (-0,2 %) ont affiché des baisses en juin. Dans l'ensemble, les autres magasins de marchandises diverses poursuivent le mouvement ascendant des ventes amorcé au début de 1997. Comparativement, au cours de la même période, les ventes des grands magasins ont stagné au printemps et à l'été 1998, mais ont rebondi depuis.

### Les détaillants des provinces de l'Ouest et de l'Ontario enregistrent des gains

Des ventes plus élevées en Alberta (+1,9 %) et au Manitoba (+0,9 %) ont entraîné un accroissement des ventes au détail de 1,3 % dans les provinces des Prairies. La plupart des secteurs ont contribué à la progression des ventes dans cette région. La hausse de juin faisait suite à deux mois consécutifs de baisses (-0,5 % en mai et -0,7 % en avril). En règle générale, les ventes au détail dans les provinces des Prairies ont plafonné depuis le début de 1998, après avoir connu une hausse au cours des deux années précédentes.

Des ventes plus élevées dans les secteurs de l'automobile et des meubles ont fait grimper les ventes au détail en Ontario de 0,7 % en juin. Il s'agissait du sixième mois consécutif d'accroissement des ventes pour les détaillants ontariens. Pendant cette période de fortes dépenses de la part des consommateurs, qui s'échelonne de décembre 1998 à juin 1999, les ventes au détail en Ontario ont grimpé de 5,7 %. Ces ventes sont généralement en progression depuis le milieu de 1996.

En juin, les consommateurs de la Colombie-Britannique ont augmenté leurs dépenses de 0,5 % dans les magasins de détail. La plupart des secteurs ont contribué à la hausse de juin, qui a suivi une baisse de 1,0 % en mai. Après avoir connu une période de ralentissement des ventes pendant la majeure partie de 1998, les détaillants de la Colombie-Britannique ont, en général, enregistré de légères hausses à partir de la fin de 1998.



**Retail sales were down in Quebec and New Brunswick**

Lower sales in all sectors, except for the automotive and furniture sectors, pushed down total retail sales in Quebec by 0.9% in June. Retail sales in this province have been weakening in the last three months after a period of general increases from mid-1998 to the beginning of 1999.

Retail sales in Atlantic Canada edged down slightly in June (-0.2%) following a 4.6% gain in May. Advances in Prince Edward Island (+4.9%), Nova Scotia (+1.3%) and Newfoundland (+0.2%) were offset by the 3.3% decline in New Brunswick. With the exception of automotive and furniture stores, all sectors in Atlantic Canada posted weaker sales in June. After experiencing a period of stagnant sales during most of 1998, retailers in Atlantic Canada have generally been reporting sales increases since the fall of that year.

**Related indicators for July**

Employment increased 0.3% in July after five months of little change. Sources in the automotive industry indicated a rise in the number of new motor vehicles sold in July. Housing starts were down 4.5% in July. According to the Consumer Price Index, the price of gasoline climbed 4.1% in July compared with June.

**Les ventes au détail sont à la baisse au Québec et au Nouveau-Brunswick**

Des ventes plus faibles dans tous les secteurs, à l'exception des secteurs de l'automobile et des meubles, ont fait chuter l'ensemble des ventes au détail au Québec de 0,9 % en juin. Les ventes au détail au Québec ont ralenti au cours des trois derniers mois après avoir connu une période de progression générale du milieu de 1998 au début de 1999.

Les ventes au détail dans les provinces de l'Atlantique ont connu une faible baisse en juin (-0,2 %) après un gain de 4,6 % en mai. Les augmentations à l'Île-du-Prince-Édouard (+4,9 %), en Nouvelle-Écosse (+1,3 %) et à Terre-Neuve (+0,2 %) ont été neutralisées par le recul de 3,3 % observé au Nouveau-Brunswick. À l'exception des secteurs de l'automobile et des meubles, on a constaté des ventes plus faibles dans tous les secteurs dans les provinces de l'Atlantique. Après une période de stagnation des ventes au cours de la majeure partie de 1998, les détaillants des provinces de l'Atlantique ont enregistré, en général, des ventes à la hausse depuis l'automne de cette même année.

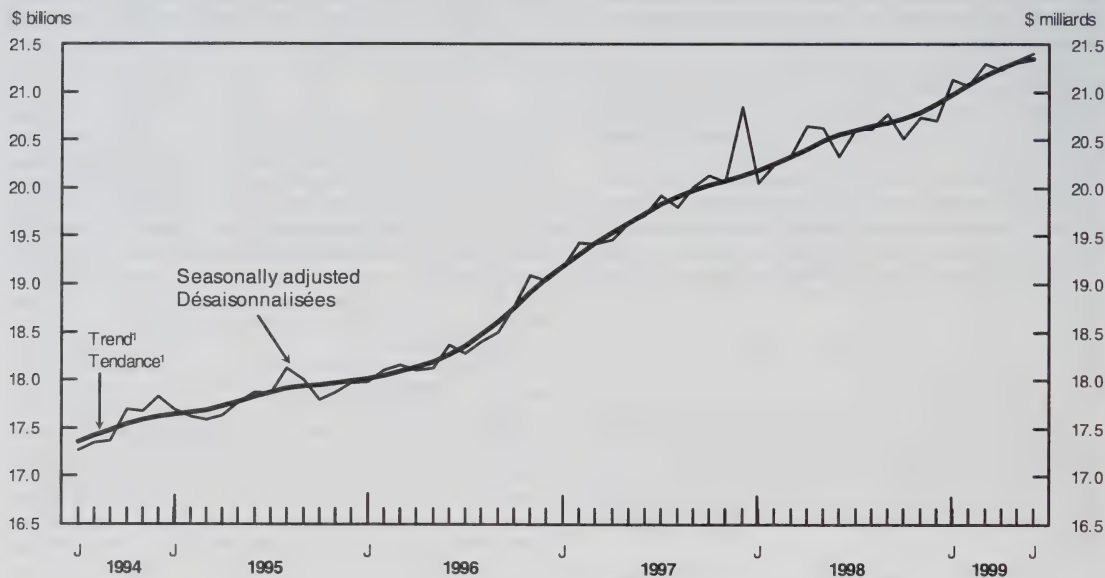
**Indicateurs connexes pour juillet**

Le nombre total d'emplois a augmenté de 0,3 % en juillet après avoir peu varié au cours des cinq mois précédents. Des sources de l'industrie automobile ont signalé une hausse du nombre de véhicules automobiles neufs vendus en juillet. Au cours du même mois, les mises en chantier ont chuté de 4,5 %. Selon l'Indice des prix à la consommation, le prix de l'essence a augmenté de 4,1 % en juillet par rapport à juin.



## Retail Sales – Canada

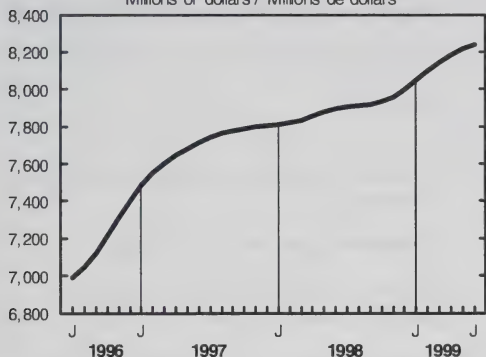
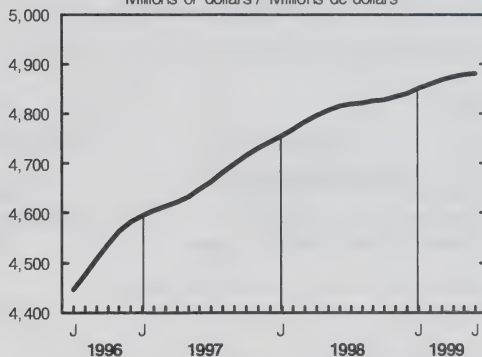
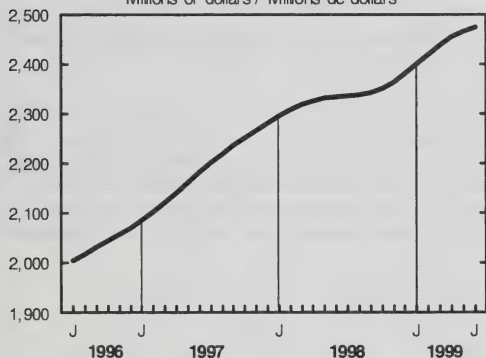
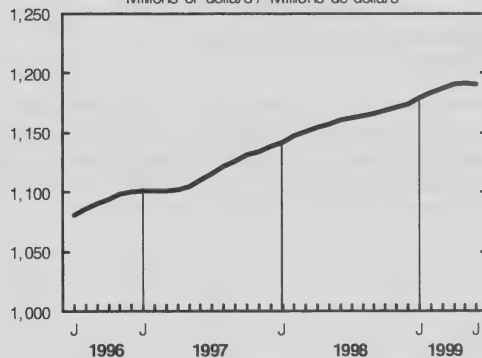
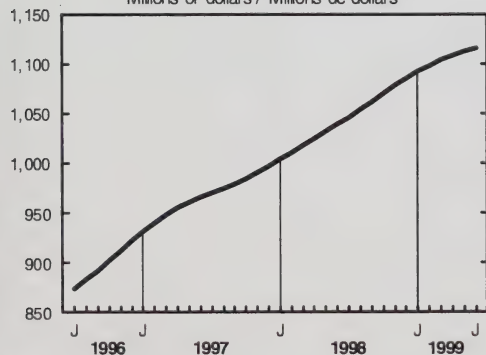
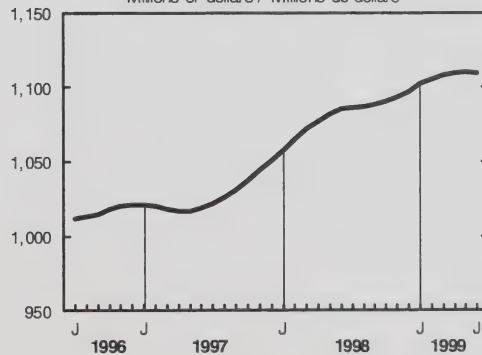
## Canada Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Médicaments**  
Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		
	Ventes					Year-to-date 1999 Cumulatif	June 1999 Juin	May 1999 Mai
	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars				
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage		
Trade Group - Canada								
Supermarkets and grocery stores	4,517.2	4,589.6	4,522.0	4,517.8	27,137.4	-1.6	1.5	
All other food stores	361.1	365.6	358.3	366.6	2,169.2	-1.2	2.0	
Drugs and patent medicine stores	1,106.8	1,111.1	1,105.1	1,115.5	6,653.4	-0.4	0.5	
Shoe stores	125.2	141.1	141.3	140.7	825.0	-11.3	-0.1	
Men's clothing stores	123.6	126.6	127.0	129.2	760.9	-2.4	-0.3	
Women's clothing stores	366.1	374.4	369.9	373.3	2,232.8	-2.2	1.2	
Other clothing stores	560.1	567.0	558.4	555.1	3,318.6	-1.2	1.5	
Household furniture and appliance stores	952.0	914.5	860.5	890.6	5,393.9	4.1	6.3	
Household furnishings stores	199.8	206.9	207.4	206.0	1,231.2	-3.4	-0.2	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,633.7	5,447.4	5,605.6	5,689.0	33,521.6	3.4	-2.8	
Gasoline service stations	1,387.4	1,395.7	1,388.3	1,318.0	8,063.3	-0.6	0.5	
Automotive parts, accessories and services	1,246.1	1,240.7	1,230.9	1,228.0	7,395.4	0.4	0.8	
General merchandise stores	2,475.8	2,488.5	2,445.1	2,440.4	14,776.6	-0.5	1.8	
Other semi-durable goods stores	707.9	710.1	699.2	712.7	4,219.3	-0.3	1.6	
Other durable goods stores	577.7	582.4	584.9	599.0	3,556.2	-0.8	-0.4	
Other retail stores	1,057.5	1,061.6	1,025.0	1,012.0	6,179.2	-0.4	3.6	
Total, all stores	21,397.8	21,323.2	21,228.8	21,294.1	127,433.9	0.3	0.4	
Regions								
Newfoundland	348.3	347.7	335.2	352.0	2,052.7	0.2	3.7	
Prince Edward Island	98.1	93.5	90.2	92.5	552.9	4.9	3.7	
Nova Scotia	677.1	668.6	632.6	660.6	3,953.4	1.3	5.7	
New Brunswick	525.3	543.0	521.5	520.5	3,132.7	-3.3	4.1	
Quebec	4,939.2	4,982.9	4,979.7	5,019.6	29,842.7	-0.9	--	
Ontario	8,220.9	8,163.0	8,098.6	8,085.2	48,504.0	0.7	0.8	
Manitoba	735.8	729.2	741.1	751.3	4,454.4	0.9	-1.6	
Saskatchewan	632.3	633.4	634.0	628.3	3,786.2	-0.2	--	
Alberta	2,379.2	2,335.9	2,343.2	2,366.3	14,154.3	1.9	-0.3	
British Columbia	2,768.9	2,754.1	2,782.8	2,744.9	16,569.9	0.5	-1.0	
Yukon	27.9	27.9	27.3	26.7	163.9	-	2.2	
Nunavut	15.0	14.4	14.9	14.9	87.0	4.2	-3.4	
Northwest Territories	29.7	29.7	27.7	31.2	179.4	-	7.2	



Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				Year-to-date 1999 Cumulatif
April 1999 Avril	March 1999 Mars	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
--	0.5	1.2	2.9	1.8	2.2	2.2 Supermarchés d'alimentation et épiceries
-2.3	1.7	0.5	1.5	-0.3	2.6	0.5 Tous les autres magasins d'alimentation
-0.9	0.2	2.2	1.7	2.6	4.3	3.2 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.4	2.4	-6.1	-5.1	-2.1	-0.1	-3.1 Magasins de chaussures
-1.7	0.5	-2.8	-3.2	-4.3	-2.3	-3.8 Magasins de vêtements pour hommes
-0.9	-0.3	3.6	0.5	-1.9	-0.7	0.8 Magasins de vêtements pour femmes
0.6	1.5	10.1	10.1	10.1	9.0	8.5 Autres magasins de vêtements
-3.4	0.3	12.7	9.2	6.8	9.1	9.7 Magasins de meubles et d'appareils ménagères
0.7	--	0.4	5.9	3.8	2.6	3.5 Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.5	1.6	5.2	0.4	2.6	8.2	5.0 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
5.3	2.4	6.9	5.0	3.9	-1.1	1.2 Stations-service
0.2	2.6	6.4	3.5	0.7	4.7	4.5 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.2	0.2	10.1	6.6	3.7	3.8	6.3 Magasins de marchandises diverses
-1.9	4.4	6.6	3.7	2.5	5.4	4.0 Autres magasins de produits semi-durables
-2.4	0.5	3.0	3.4	4.1	7.9	6.6 Autres magasins de produits durables
1.3	-0.3	10.2	9.4	4.5	3.8	6.8 Autres magasins de vente au détail
<b>-0.3</b>	<b>1.1</b>	<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>2.8</b>	<b>4.7</b>	<b>4.2 Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>						
-4.8	4.8	6.8	7.4	5.5	10.9	6.6 Terre-Neuve
-2.5	3.6	11.2	6.6	3.6	7.7	6.0 Île-du-Prince-Édouard
-4.2	--	7.3	5.4	-0.2	5.5	4.3 Nouvelle-Écosse
0.2	1.4	5.1	7.7	2.2	3.8	4.9 Nouveau-Brunswick
-0.8	1.3	6.4	5.4	3.8	3.9	5.9 Québec
0.2	1.4	7.1	4.5	4.8	7.0	6.1 Ontario
-1.4	0.7	1.0	0.9	0.5	3.1	2.1 Manitoba
0.9	0.9	1.2	0.6	-0.4	-0.8	-0.8 Saskatchewan
-1.0	0.5	3.0	-0.2	0.6	4.6	1.6 Alberta
1.4	0.2	1.0	-0.6	-0.7	0.5	-0.3 Colombie-Britannique
2.2	-4.6	9.0	10.7	7.9	2.3	6.4 Yukon
-	10.4					Nunavut
-11.2	2.0					Territoires du Nord Ouest



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,546.3	4,700.0	4,520.1	4,289.5	26,515.7
All other food stores	375.4	379.3	351.1	345.5	2,088.9
Drugs and patent medicine stores	1,089.1	1,094.1	1,092.4	1,100.2	6,459.7
Shoe stores	137.6	165.0	143.1	109.0	744.4
Men's clothing stores	125.6	126.3	115.2	95.9	642.1
Women's clothing stores	371.7	402.4	363.0	308.3	1,971.9
Other clothing stores	512.7	540.8	501.4	466.9	2,765.7
Household furniture and appliance stores	909.6	834.8	775.1	791.5	4,744.0
Household furnishings stores	214.1	205.1	193.1	194.5	1,125.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,886.2	6,464.1	6,457.2	6,102.2	34,637.8
Gasoline service stations	1,468.3	1,453.1	1,344.8	1,255.9	7,811.6
Automotive parts, accessories and services	1,388.7	1,366.5	1,236.3	1,094.7	7,028.9
General merchandise stores	2,387.9	2,452.6	2,266.7	2,105.9	12,772.1
Other semi-durable goods stores	761.3	806.1	629.6	553.7	3,742.3
Other durable goods stores	566.8	583.0	533.0	469.0	3,052.7
Other retail stores	1,104.3	1,091.4	958.5	863.0	5,594.3
<b>Total, all stores</b>	<b>22,845.7</b>	<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>	<b>121,697.6</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	373.2	371.0	335.8	323.3	1,922.6
Prince Edward Island	108.9	98.8	85.2	80.4	508.9
Nova Scotia	716.2	701.6	643.3	605.6	3,731.3
New Brunswick	572.3	577.4	523.6	478.8	2,953.7
Quebec	5,327.1	5,497.5	5,255.0	4,743.3	28,797.7
Ontario	8,842.1	8,613.5	8,067.2	7,611.6	46,195.9
Manitoba	772.8	761.8	748.6	714.7	4,233.7
Saskatchewan	671.1	652.8	633.8	585.4	3,594.5
Alberta	2,508.6	2,466.9	2,351.6	2,279.7	13,519.6
British Columbia	2,872.2	2,846.7	2,767.4	2,652.4	15,825.3
Yukon	32.7	30.3	25.8	24.6	154.4
Nunavut	14.2	14.9	15.4	14.5	83.4
Northwest Territories	34.4	31.1	27.7	31.3	176.3



Tableau 2

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
2.3	-0.5	3.4	3.9	1.7
1.7	-0.6	-2.9	5.8	0.5
2.5	0.7	3.3	6.4	3.4
-5.8	-4.8	0.3	3.0	-2.3
-5.5	-4.7	-2.4	-1.6	-4.7
3.9	-2.0	0.2	0.5	1.1
8.9	9.4	11.6	10.0	8.5
11.9	8.6	6.9	8.9	9.0
0.6	6.3	4.4	6.5	4.0
5.9	-1.6	3.2	13.1	4.9
7.3	6.3	5.1	--	1.6
7.3	3.0	0.3	7.7	4.4
10.1	6.8	3.5	7.6	6.9
7.0	3.2	1.1	9.0	4.1
2.6	2.4	4.4	11.5	6.8
11.2	7.0	5.8	5.2	6.9
<b>5.8</b>	<b>1.7</b>	<b>3.4</b>	<b>7.7</b>	<b>4.2</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>				
<b>Régions</b>				
7.4	5.8	6.7	13.2	6.5
11.5	5.6	5.1	10.3	6.3
6.7	4.2	1.0	7.6	4.1
5.6	6.3	3.3	7.5	5.1
7.0	3.1	4.6	6.7	5.6
8.3	2.8	5.0	10.8	6.2
0.6	-1.7	2.0	6.2	1.8
1.9	-1.3	0.3	2.3	-0.6
2.7	-1.6	0.6	8.3	1.5
0.6	-2.3	0.7	1.9	-0.4
8.3	10.6	6.6	6.5	6.6
Yukon Nunavut Territoires du Nord Ouest				



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	13,766.4	12,749.3	13,584.3	13,696.0	13,542.7
All other food stores	1,105.9	983.1	1,149.8	1,090.5	1,112.4
Drugs and patent medicine stores	3,275.7	3,184.1	3,495.8	3,202.6	3,206.4
Shoe stores	445.8	298.7	481.6	426.4	462.2
Men's clothing stores	367.1	275.1	560.5	347.6	383.4
Women's clothing stores	1,137.1	834.8	1,360.3	1,094.6	1,130.6
Other clothing stores	1,554.8	1,210.9	2,088.0	1,622.6	1,414.4
Household furniture and appliance stores	2,519.5	2,224.5	3,154.8	2,602.2	2,306.6
Household furnishings stores	612.3	513.0	719.6	627.0	590.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19,807.4	14,830.3	14,844.9	16,607.8	19,329.4
Gasoline service stations	4,266.1	3,545.5	3,855.8	4,164.4	4,015.1
Automotive parts, accessories and services	3,991.5	3,037.4	3,935.6	3,668.0	3,853.8
General merchandise stores	7,107.1	5,664.9	9,323.8	6,689.9	6,654.1
Other semi-durable goods stores	2,197.0	1,545.4	2,509.3	2,113.4	2,115.0
Other durable goods stores	1,682.8	1,369.9	2,151.1	1,742.1	1,632.5
Other retail stores	3,154.3	2,440.0	3,308.2	3,135.1	2,919.1
<b>Total, all stores</b>	<b>66,990.6</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>	<b>64,668.5</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	284.4	256.0	279.1	280.1	277.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	57.7	55.4	66.2	55.3	57.8
Shoe stores	3.6	2.5	4.6	3.7	3.7
Men's clothing stores	3.7	2.6	7.9	4.2	4.8
Women's clothing stores	13.3	9.1	21.4	13.3	12.6
Other clothing stores	12.7	10.2	24.7	16.3	12.3
Household furniture and appliance stores	29.3	24.2	43.7	29.7	23.5
Household furnishings stores	2.0	1.6	2.8	2.2	2.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	323.8	205.6	178.3	241.8	290.4
Gasoline service stations	70.9	60.8	76.1	82.4	75.9
Automotive parts, accessories and services	54.9	39.6	61.7	51.1	49.3
General merchandise stores	138.8	111.6	210.0	136.4	127.3
Other semi-durable goods stores	23.7	15.4	28.5	22.4	20.2
Other durable goods stores	10.9	7.6	17.5	12.1	9.5
Other retail stores	36.6	30.3	43.3	38.8	36.1
<b>Total, all stores</b>	<b>1,080.0</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>	<b>1,012.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
1.7	1.8	2.8	2.7	4.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie
-0.6	1.8	0.8	0.3	3.8	Tous les autres magasins d'alimentation
2.2	4.8	3.0	6.0	7.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.5	-0.5	-3.0	0.6	4.9	Magasins de chaussures
-4.3	-5.2	1.5	-0.5	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
0.6	1.8	--	-0.3	3.8	Magasins de vêtements pour femmes
9.9	6.8	7.5	9.1	6.7	Autres magasins de vêtements
9.2	8.8	9.0	8.8	7.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.6	4.4	7.3	6.6	1.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.5	8.4	-3.6	5.3	2.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.3	-3.4	-8.0	-5.5	-4.3	Stations-service
3.6	5.5	10.4	0.9	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.8	7.1	4.2	6.0	8.0	Magasins de marchandises diverses
3.9	4.4	3.2	-0.6	-1.1	Autres magasins de produits semi-durables
3.1	11.9	7.3	11.3	16.0	Autres magasins de produits durables
8.1	5.5	7.3	5.7	8.1	Autres magasins de vente au détail
<b>3.6</b>	<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
2.7	1.3	4.6	-2.1	2.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.2	-2.8	-2.2	-5.8	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.7	4.2	-4.2	-	-2.6	Magasins de chaussures
-22.9	-7.1	33.9	55.6	45.5	Magasins de vêtements pour hommes
5.6	5.8	1.4	-0.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
3.3	15.9	-	2.5	1.7	Autres magasins de vêtements
24.7	30.1	23.1	9.2	-6.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	6.7	-12.5	-	-9.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.5	17.4	1.0	5.2	3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-6.6	-11.6	-0.9	-0.4	-4.0	Stations-service
11.4	7.9	16.9	3.4	-1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.0	9.1	4.7	6.7	9.0	Magasins de marchandises diverses
17.3	18.5	-5.0	-14.5	-16.5	Autres magasins de produits semi-durables
14.7	16.9	7.4	2.5	-2.1	Autres magasins de produits durables
1.4	6.3	6.1	2.9	7.1	Autres magasins de vente au détail
<b>6.6</b>	<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	74.0	63.7	64.9	70.8	63.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	17.2	16.6	19.6	18.4	17.7
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	5.7	4.0	9.7	8.8	5.1
Household furniture and appliance stores	6.9	5.9	8.8	6.4	6.2
Household furnishings store	3.9	3.0	4.6	4.9	4.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	70.9	45.4	44.6	56.0	70.1
Gasoline service stations	27.6	20.9	24.3	31.8	27.1
Automotive parts, accessories and services	19.8	12.6	19.1	18.2	18.8
General merchandise stores	22.8	16.3	31.6	22.7	21.4
Other semi-durable goods stores	12.6	7.9	12.5	17.5	11.9
Other durable goods stores	6.0	3.0	6.1	5.5	3.9
Other retail stores	13.4	8.9	13.5	16.2	12.1
<b>Total, all stores</b>	<b>293.0</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>	<b>272.5</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	496.3	455.1	487.5	494.1	469.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	124.2	124.6	139.9	130.0	126.4
Shoe stores	6.6	4.7	7.8	6.9	7.2
Men's clothing stores	4.6	3.3	8.1	4.4	4.9
Women's clothing stores	32.1	23.8	44.7	32.4	29.0
Other clothing stores	32.4	25.7	55.4	38.3	28.7
Household furniture and appliance stores	51.2	45.9	68.5	51.4	43.6
Household furnishings store	14.5	11.8	15.2	10.3	8.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	592.8	431.7	431.1	495.2	601.8
Gasoline service stations	153.2	117.1	132.6	146.5	131.1
Automotive parts, accessories and services	116.4	86.6	124.4	110.0	113.2
General merchandise stores	207.3	164.2	311.5	198.3	190.1
Other semi-durable goods stores	59.0	45.0	79.0	68.8	66.0
Other durable goods stores	38.7	31.4	57.4	42.4	38.0
Other retail stores	107.6	80.3	113.0	112.7	99.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,061.1</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>	<b>1,981.1</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
16.5	11.4	5.4	9.6	7.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.8	-1.8	3.2	5.7	3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
11.8	2.6	6.6	20.5	10.9	Autres magasins de vêtements
11.3	5.4	10.0	16.4	24.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.5	25.0	43.8	104.2	66.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.1	6.8	-4.1	-2.4	10.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1.8	-15.4	-24.5	-18.7	-9.1	Stations-service
5.3	9.6	26.5	14.5	13.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	-3.0	-5.4	-6.2	2.9	Magasins de marchandises diverses
5.9	8.2	1.6	1.2	-12.5	Autres magasins de produits semi-durables
53.8	15.4	13.0	19.6	14.7	Autres magasins de produits durables
10.7	7.2	18.4	14.9	11.0	Autres magasins de vente au détail
<b>7.5</b>	<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>6.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.8	2.3	3.5	-5.4	-0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.7	-1.7	1.6	8.2	10.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-8.3	-	-4.9	-4.2	1.4	Magasins de chaussures
-6.1	-10.8	3.8	2.3	2.1	Magasins de vêtements pour hommes
10.7	19.0	14.9	17.0	14.6	Magasins de vêtements pour femmes
12.9	11.3	9.9	16.1	11.2	Autres magasins de vêtements
17.4	13.1	11.9	14.5	13.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
64.8	51.3	34.5	14.4	17.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.5	3.1	0.3	-3.8	-0.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.9	-1.5	5.6	14.7	15.0	Stations-service
2.8	9.3	10.2	-8.0	9.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.0	9.6	6.9	8.4	12.8	Magasins de marchandises diverses
-10.6	6.9	11.1	18.6	13.8	Autres magasins de produits semi-durables
1.8	18.5	11.9	18.4	23.4	Autres magasins de produits durables
8.6	5.8	6.2	8.4	3.1	Autres magasins de vente au détail
<b>4.0</b>	<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>4.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	397.1	353.8	392.0	389.0	376.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	84.4	80.3	91.5	82.3	80.7
Shoe stores	6.6	4.1	7.4	6.0	5.7
Men's clothing stores	5.8	5.1	11.4	6.3	5.9
Women's clothing stores	21.0	14.4	28.6	20.1	19.6
Other clothing stores	27.4	21.5	44.2	32.7	25.6
Household furniture and appliance stores	40.9	37.6	58.1	42.2	38.4
Household furnishings stores	12.0	9.5	14.6	12.9	11.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	533.7	336.5	300.6	402.7	504.7
Gasoline service stations	110.5	96.2	114.0	127.3	111.8
Automotive parts, accessories and services	106.2	73.6	108.4	97.3	102.5
General merchandise stores	167.0	129.3	246.3	165.2	159.2
Other semi-durable goods stores	49.6	37.8	56.1	47.6	47.1
Other durable goods stores	25.3	18.6	38.1	26.8	23.7
Other retail stores	67.8	49.0	71.8	73.6	63.2
<b>Total, all stores</b>	<b>1,673.4</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>	<b>1,591.7</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,591.6	3,334.3	3,506.8	3,498.5	3,423.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	688.3	681.0	730.6	716.1	730.4
Shoe stores	155.0	88.6	170.0	141.5	163.4
Men's clothing stores	86.1	60.3	120.9	78.0	93.8
Women's clothing stores	317.1	219.6	356.6	307.6	332.6
Other clothing stores	433.6	303.0	492.7	434.1	405.7
Household furniture and appliance stores	696.5	543.4	802.1	708.5	634.7
Household furnishings stores	119.9	90.2	135.8	125.8	127.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,049.9	3,580.8	3,526.2	3,976.1	4,675.6
Gasoline service stations	827.6	711.4	757.9	783.0	746.5
Automotive parts, accessories and services	1,009.1	722.2	978.2	870.5	980.6
General merchandise stores	1,439.1	1,116.8	1,741.5	1,322.1	1,357.3
Other semi-durable goods stores	461.7	299.5	477.7	479.3	495.9
Other durable goods stores	365.2	292.7	427.4	352.7	344.4
Other retail stores	509.4	371.0	513.6	446.0	473.9
<b>Total, all stores</b>	<b>16,079.5</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>	<b>15,334.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
5.6	2.5	6.9	4.8	4.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.6	2.7	4.0	12.6	0.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
15.8	13.9	8.8	-1.6	3.6	Magasins de chaussures
-1.7	18.6	20.0	14.5	7.3	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	7.5	2.9	-3.8	-5.8	Magasins de vêtements pour femmes
7.0	10.3	10.2	19.8	14.8	Autres magasins de vêtements
6.5	15.3	11.1	12.5	4.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.6	13.1	10.6	-2.3	0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.7	8.2	-17.8	6.5	5.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-1.2	-12.4	-6.5	0.5	15.6	Stations-service
3.6	7.9	23.0	12.6	16.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.9	4.9	4.6	7.1	10.1	Magasins de marchandises diverses
5.3	37.5	11.3	6.0	8.0	Autres magasins de produits semi-durables
6.8	10.1	10.4	13.6	25.4	Autres magasins de produits durables
7.3	10.1	22.1	20.7	20.6	Autres magasins de vente au détail
<b>5.1</b>	<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>7.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
4.9	4.1	6.1	3.6	0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-5.8	-2.4	-2.6	3.6	11.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.1	-2.1	-3.6	-2.5	1.7	Magasins de chaussures
-8.2	-0.3	5.4	2.0	-6.8	Magasins de vêtements pour hommes
-4.7	-4.3	-7.5	-5.4	9.2	Magasins de vêtements pour femmes
6.9	7.4	9.2	9.7	6.5	Autres magasins de vêtements
9.7	12.7	9.7	9.5	5.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-5.7	6.7	9.3	5.2	3.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.0	15.5	1.3	0.9	-2.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.9	-0.9	-10.5	-9.4	-14.4	Stations-service
2.9	-2.1	4.2	-3.5	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.0	6.3	3.5	6.9	9.3	Magasins de marchandises diverses
-6.9	-8.4	4.3	-5.0	-1.4	Autres magasins de produits semi-durables
6.0	22.3	8.4	13.6	20.3	Autres magasins de produits durables
7.5	12.7	13.7	-0.4	8.3	Autres magasins de vente au détail
<b>4.9</b>	<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>1.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,371.1	4,053.3	4,279.8	4,351.2	4,400.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,394.9	1,339.0	1,450.5	1,330.3	1,311.6
Shoe stores	170.2	121.1	179.1	162.2	173.9
Men's clothing stores	159.0	116.7	240.4	149.0	159.9
Women's clothing stores	459.1	336.0	555.3	426.5	441.1
Other clothing stores	597.2	473.4	827.5	580.2	500.4
Household furniture and appliance stores	924.4	819.0	1,121.1	937.5	819.5
Household furnishings stores	257.3	219.1	307.5	261.9	236.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,619.7	5,688.7	5,738.6	6,249.6	7,367.5
Gasoline service stations	1,659.3	1,392.1	1,491.6	1,548.4	1,498.4
Automotive parts, accessories and services	1,555.9	1,191.3	1,507.1	1,410.7	1,472.1
General merchandise stores	2,811.4	2,215.1	3,744.1	2,609.3	2,590.2
Other semi-durable goods stores	972.2	678.3	1,120.1	890.1	875.3
Other durable goods stores	669.5	532.0	881.9	688.3	644.7
Other retail stores	1,406.6	1,071.0	1,460.5	1,413.9	1,260.2
<b>Total, all stores</b>	<b>25,522.8</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>	<b>24,226.1</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	531.9	491.0	536.7	535.1	534.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	68.8	69.5	76.1	69.4	67.8
Shoe stores	12.2	8.9	15.5	12.5	12.8
Men's clothing stores	11.5	7.9	17.0	9.3	11.3
Women's clothing stores	30.4	21.9	34.4	27.2	27.4
Other clothing stores	45.4	37.5	67.3	48.3	43.4
Household furniture and appliance stores	74.9	72.6	103.2	80.2	71.5
Household furnishings stores	14.0	10.8	14.5	13.2	12.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	708.3	597.4	631.4	671.8	746.4
Gasoline service stations	161.8	139.5	144.4	156.3	151.9
Automotive parts, accessories and services	123.1	98.4	123.1	118.0	119.7
General merchandise stores	279.3	224.9	372.8	263.9	267.0
Other semi-durable goods stores	54.3	41.6	74.6	48.7	50.1
Other durable goods stores	55.7	41.2	61.7	52.2	54.6
Other retail stores	93.9	72.3	103.8	90.6	87.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,283.1</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>	<b>2,276.9</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
-0.7	0.2	1.4	4.9	7.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.4	10.5	10.5	15.1	17.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.1	2.5	-4.5	1.1	5.8	Magasins de chaussures
-0.6	-3.5	2.0	-1.3	0.6	Magasins de vêtements pour hommes
4.1	4.1	5.6	3.6	0.9	Magasins de vêtements pour femmes
19.3	9.0	10.6	11.1	9.5	Autres magasins de vêtements
12.8	8.9	13.4	13.7	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
8.9	4.4	13.7	12.2	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.4	12.0	-0.3	12.7	11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.7	3.6	-6.6	-6.2	-5.9	Stations-service
5.7	12.1	15.7	4.6	6.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.5	9.0	5.9	6.6	8.4	Magasins de marchandises diverses
11.1	9.6	5.2	4.5	1.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.8	12.0	9.7	13.2	15.6	Autres magasins de produits durables
11.6	4.7	7.6	7.7	9.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.4</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>8.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
-0.5	-1.0	5.0	3.5	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.5	3.0	-0.3	3.6	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.7	-1.1	11.5	12.6	10.3	Magasins de chaussures
1.8	1.3	4.9	-5.1	-2.6	Magasins de vêtements pour hommes
10.9	9.0	3.3	2.6	1.1	Magasins de vêtements pour femmes
4.6	4.5	2.3	4.3	4.6	Autres magasins de vêtements
4.8	5.5	11.7	6.2	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.2	1.9	-6.5	-9.6	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
-5.1	5.1	-7.7	2.2	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.5	5.0	-2.9	-0.4	0.2	Stations-service
2.8	12.3	7.4	-0.9	--	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	5.5	2.8	4.9	5.4	Magasins de marchandises diverses
8.4	6.1	-2.6	-10.6	-6.0	Autres magasins de produits semi-durables
2.0	4.8	-	8.8	12.8	Autres magasins de produits durables
7.8	6.6	5.1	7.3	6.7	Autres magasins de vente au détail
<b>0.3</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	466.2	425.5	473.0	484.8	478.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	95.8	97.8	106.1	98.3	96.9
Shoe stores	6.0	4.6	6.5	5.8	7.2
Men's clothing stores	8.2	6.4	13.0	8.1	9.1
Women's clothing stores	25.8	18.9	30.6	24.1	24.7
Other clothing stores	39.3	31.1	55.7	41.8	37.9
Household furniture and appliance stores	57.2	55.2	81.6	59.5	53.1
Household furnishings stores	19.3	15.8	20.6	19.5	18.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	528.8	411.0	462.6	490.3	542.8
Gasoline service stations	154.4	126.1	137.8	151.5	141.8
Automotive parts, accessories and services	130.8	103.6	139.6	142.8	126.5
General merchandise stores	251.5	204.5	325.8	240.9	238.5
Other semi-durable goods stores	47.6	35.2	57.0	43.6	49.6
Other durable goods stores	46.0	35.2	61.3	46.3	45.3
Other retail stores	67.9	53.7	75.4	71.4	67.2
<b>Total, all stores</b>	<b>1,957.7</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>	<b>1,952.2</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,573.7	1,463.9	1,593.4	1,578.7	1,536.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	311.3	300.3	338.7	288.3	294.1
Shoe stores	33.4	25.4	37.1	35.9	36.8
Men's clothing stores	44.9	37.7	72.3	43.6	49.0
Women's clothing stores	102.6	83.4	126.9	104.3	102.2
Other clothing stores	168.1	141.6	247.6	215.6	180.4
Household furniture and appliance stores	304.6	288.1	416.2	318.5	286.9
Household furnishings store	72.8	63.0	85.6	75.5	73.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,138.9	1,701.5	1,771.9	1,927.7	2,245.2
Gasoline service stations	490.4	406.4	435.7	484.5	470.1
Automotive parts, accessories and services	428.0	328.4	433.2	417.3	423.1
General merchandise stores	794.1	653.3	1,059.1	769.5	754.0
Other semi-durable goods stores	210.1	159.5	253.8	198.2	200.5
Other durable goods stores	197.6	161.1	256.1	212.2	200.5
Other retail stores	412.6	336.8	435.2	411.5	384.8
<b>Total, all stores</b>	<b>7,327.1</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>	<b>7,289.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-2.5	-0.9	1.9	4.5	9.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.1	0.9	0.6	2.0	6.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-16.7	-14.8	-7.1	-10.8	-4.0	Magasins de chaussures
-9.9	-11.1	-3.0	-3.6	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes
4.5	-5.0	-9.7	-9.7	-13.3	Magasins de vêtements pour femmes
3.7	11.5	5.3	10.9	9.9	Autres magasins de vêtements
7.7	2.4	-2.6	5.7	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.3	1.9	-8.4	-6.3	-4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.6	-7.4	-15.6	-5.4	-9.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
8.9	0.2	-1.6	-0.4	-3.5	Stations-service
3.4	-	12.1	7.1	-9.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.5	4.6	2.1	5.7	6.5	Magasins de marchandises diverses
-4.0	-7.1	-14.7	-3.5	-5.7	Autres magasins de produits semi-durables
1.5	5.4	6.1	4.5	-0.4	Autres magasins de produits durables
1.0	1.9	-1.2	0.1	-3.6	Autres magasins de vente au détail
<b>0.3</b>	<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>-1.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
2.4	5.1	8.5	9.6	9.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.8	5.0	-1.8	-4.5	-9.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-9.2	-4.2	-2.6	12.5	22.3	Magasins de chaussures
-8.4	-15.1	-4.5	1.6	9.1	Magasins de vêtements pour hommes
0.4	9.0	3.9	3.4	6.2	Magasins de vêtements pour femmes
-6.8	-3.1	0.4	7.2	6.2	Autres magasins de vêtements
6.2	4.8	7.3	8.0	15.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.2	2.8	4.9	10.1	1.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
-4.7	-0.4	-11.8	6.6	-2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.3	-5.1	-9.6	-7.0	-1.5	Stations-service
1.2	3.7	11.9	1.4	8.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.3	7.6	5.7	9.4	13.9	Magasins de marchandises diverses
4.8	8.2	2.4	-1.6	2.3	Autres magasins de produits semi-durables
-1.4	4.7	6.1	11.0	20.1	Autres magasins de produits durables
7.2	9.0	6.9	7.3	8.2	Autres magasins de vente au détail
<b>0.5</b>	<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>5.7</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,927.3	1,806.3	1,921.7	1,961.9	1,934.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	425.5	412.7	469.0	407.1	416.0
Shoe stores	50.6	37.8	51.8	50.0	49.8
Men's clothing stores	41.0	33.7	65.1	41.8	42.9
Women's clothing stores	130.2	104.1	154.8	133.2	136.3
Other clothing stores	190.3	160.8	259.3	202.9	171.7
Household furniture and appliance stores	329.0	328.7	446.3	363.6	325.5
Household furnishings stores	95.8	87.8	117.8	100.0	95.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,198.4	1,798.4	1,730.4	2,060.8	2,246.8
Gasoline service stations	596.2	462.6	529.5	638.2	647.6
Automotive parts, accessories and services	433.1	371.4	428.3	418.2	434.2
General merchandise stores	936.0	777.0	1,220.7	905.6	896.8
Other semi-durable goods stores	298.9	220.3	342.4	289.4	291.3
Other durable goods stores	262.0	243.5	337.2	297.2	262.4
Other retail stores	428.1	357.8	467.7	448.4	422.6
<b>Total, all stores</b>	<b>8,486.3</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>	<b>8,517.6</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	52.7	46.6	49.5	51.8	50.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	0.9	1.5	1.2	1.3
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.7	4.0	5.1	4.5	3.8
Household furnishings stores	0.8	0.5	0.8	0.9	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	29.3	35.9	38.2
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	59.8	52.0	60.5	56.0	52.4
Other semi-durable goods stores	7.2	4.9	7.6	7.9	7.2
Other durable goods stores	5.8	3.5	6.5	6.4	5.6
Other retail stores	10.3	8.9	10.3	12.1	12.9
<b>Total, all stores</b>	<b>226.6</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>	<b>213.2</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
-0.4	-0.2	-5.3	-6.1	3.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	4.7	-3.2	-6.1	-5.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.6	-2.1	-	0.4	3.1	Magasins de chaussures
-4.4	-9.4	-6.2	-8.7	-9.3	Magasins de vêtements pour hommes
-4.5	-1.7	-5.9	-4.4	3.4	Magasins de vêtements pour femmes
10.8	7.4	3.6	2.2	-1.8	Autres magasins de vêtements
1.1	5.9	-0.2	-2.5	-1.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.8	-1.0	-5.2	-3.2	-5.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.2	--	-7.4	-0.9	-5.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-7.9	-21.6	-13.2	-5.0	3.5	Stations-service
-0.3	1.8	3.1	-4.0	3.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.4	3.7	-0.1	0.7	1.6	Magasins de marchandises diverses
2.6	2.6	-0.6	-7.4	-10.2	Autres magasins de produits semi-durables
-0.2	6.9	1.2	5.4	12.4	Autres magasins de produits durables
1.3	-2.0	0.8	2.1	4.2	Autres magasins de vente au détail
<b>-0.4</b>	<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>-0.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
4.4	2.9	-	-1.3	0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-7.7	-	-16.7	-7.7	-7.1	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
23.7	5.3	-12.1	-4.3	-17.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	-44.4	-20.0	12.5	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	-4.9	-3.0	-14.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
14.1	6.3	-1.1	2.9	-6.1	Magasins de marchandises diverses
-	-	-11.6	-10.2	-1.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	-2.8	12.1	18.5	-3.4	Autres magasins de produits durables
-20.2	2.3	-	7.1	27.7	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>4.5</b>	<b>-0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>-2.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	25.0	22.0	24.1	26.6	24.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	13.1	16.0	16.5
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.7	2.2	3.8	4.5	3.4
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>88.9</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>	<b>81.8</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	19.7	17.9			
All other food stores	x	x			
Drugs and patent medicine stores	x	x			
Shoe stores	x	x			
Men's clothing stores	x	x			
Women's clothing stores	x	x			
Other clothing stores	x	x			
Household furniture and appliance stores	x	x			
Household furnishings stores	x	x			
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19.6				
Gasoline service stations	x	x			
Automotive parts, accessories and services	x	x			
General merchandise stores	x	x			
Other semi-durable goods stores	2.6	1.9			
Other durable goods stores	x	x			
Other retail stores	x	x			
<b>Total, all stores</b>	<b>93.2</b>	<b>83.2</b>			



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Yukon</b>					
2.0	0.5	-3.2	1.5	-3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	-3.0	1.3	-23.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
8.8	-8.3	-13.6	-6.3	-10.5	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
8.7	4.0	-0.8	5.0	-3.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Territoires du Nord-Ouest</b>					
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
<b>Total, ensemble des magasins</b>					



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.9	6.7			
All other food stores	x	x			
Drugs and patent medicine stores	x	x			
Shoe stores	x	x			
Men's clothing stores	x	x			
Women's clothing stores	x	x			
Other clothing stores	x	x			
Household furniture and appliance stores	x	x			
Household furnishings stores	x	x			
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x				
Gasoline service stations	x	x			
Automotive parts, accessories and services	x	x			
General merchandise stores	x	x			
Other semi-durable goods stores	1.0	0.7			
Other durable goods stores	x	x			
Other retail stores	x	x			
<b>Total, all stores</b>	<b>44.5</b>	<b>38.8</b>			



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
**(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
7.9	6.7				<b>Nunavut</b>
x	x				Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
x					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x				Magasins de marchandises diverses
1.0	0.7				Autres magasins de produits semi-durables
x	x				Autres magasins de produits durables
x	x				Autres magasins de vente au détail
44.5	38.8				<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.1	95.0	94.7	95.5
All other food stores	90.4	91.2	91.1	92.5
Drugs and patent medicine stores	89.7	91.0	91.2	87.4
Shoe stores	93.4	94.2	93.1	95.5
Men's clothing stores	90.2	92.5	93.1	92.3
Women's clothing stores	92.0	94.1	94.0	94.1
Other clothing stores	93.0	95.4	94.8	95.6
Household furniture and appliance stores	92.2	94.5	94.0	94.7
Household furnishings stores	84.8	86.7	86.6	89.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.6	95.8	95.4	96.0
Gasoline service stations	87.5	91.6	92.5	94.9
Automotive parts, accessories and services	91.6	93.7	91.9	93.1
General merchandise stores	99.0	99.4	99.4	99.4
Other semi-durable goods stores	88.6	92.1	92.3	92.5
Other durable goods stores	88.2	91.4	92.1	92.9
Other retail stores	94.1	95.8	94.7	94.3
<b>Total, all stores</b>	<b>92.8</b>	<b>94.9</b>	<b>94.6</b>	<b>95.1</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	96.0	97.2	97.4	97.6
Prince Edward Island	92.1	92.9	93.2	92.8
Nova Scotia	94.0	96.0	96.8	97.1
New Brunswick	93.5	94.5	94.8	94.8
Quebec	93.3	94.7	93.5	95.5
Ontario	92.8	95.1	94.8	94.4
Manitoba	91.9	93.9	95.0	95.1
Saskatchewan	92.1	94.4	94.8	93.1
Alberta	91.6	94.4	94.8	95.7
British Columbia	93.0	94.9	95.0	95.5
Yukon	91.4	90.6	92.4	93.3
Nunavut	77.7	99.6	92.8	90.5
Northwest Territories	92.4	95.2	94.3	94.5



Tableau 4

Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation			
June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars
Per cent - Pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>			
1.4	1.3	1.3	1.3 Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.1	4.9	4.9	4.8 Tous les autres magasins d'alimentation
2.1	2.1	2.1	2.0 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.8	2.6	2.6	2.4 Magasins de chaussures
2.9	3.0	3.1	3.1 Magasins de vêtements pour hommes
2.5	2.5	2.8	3.0 Magasins de vêtements pour femmes
1.8	1.6	2.1	2.3 Autres magasins de vêtements
5.1	4.6	3.0	2.9 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.7	3.8	3.6	4.1 Magasins d'accessoires d'ameublement
3.3	3.4	3.3	3.2 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.3	2.4	2.3	2.3 Stations-service
2.4	2.3	2.4	2.5 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.1	1.0	0.8	0.9 Magasins de marchandises diverses
4.4	4.6	3.7	3.8 Autres magasins de produits semi-durables
3.0	3.3	3.1	2.9 Autres magasins de produits durables
2.0	2.9	2.0	1.6 Autres magasins de vente au détail
1.1	1.1	1.1	1.1 <b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>			
2.2	2.2	2.5	2.2 Terre-Neuve
1.7	1.8	1.4	1.7 Île-du-Prince-Édouard
3.8	3.7	4.3	4.2 Nouvelle-Écosse
3.3	3.5	3.3	2.7 Nouveau-Brunswick
3.1	3.1	2.9	2.9 Québec
2.0	1.9	2.0	2.0 Ontario
1.9	2.0	2.4	2.1 Manitoba
2.1	2.0	2.1	1.9 Saskatchewan
2.3	2.2	2.1	2.2 Alberta
1.7	1.7	1.5	1.5 Colombie-Britannique
0.4	0.3	0.3	0.4 Yukon
-	-	-	- Nunavut
-	-	-	- Territoires du Nord Ouest



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,517.2	4,589.6	4,522.0	4,517.8	4,496.0	4,494.8	4,457.9
All other food stores	361.1	365.6	358.3	366.6	360.4	357.2	358.9
Drugs and patent medicine stores	1,106.8	1,111.1	1,105.1	1,115.5	1,112.8	1,102.1	1,070.4
Shoe stores	125.2	141.1	141.3	140.7	137.4	139.3	139.2
Men's clothing stores	123.6	126.6	127.0	129.2	128.5	126.0	129.0
Women's clothing stores	366.1	374.4	369.9	373.3	374.5	374.6	361.8
Other clothing stores	560.1	567.0	558.4	555.1	547.1	530.9	517.8
Household furniture and appliance stores	952.0	914.5	860.5	890.6	887.5	888.8	881.6
Household furnishings stores	199.8	206.9	207.4	206.0	206.1	205.0	207.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,633.7	5,447.4	5,605.6	5,689.0	5,601.6	5,544.3	5,464.6
Gasoline service stations	1,387.4	1,395.7	1,388.3	1,318.0	1,286.5	1,287.4	1,276.6
Automotive parts, accessories and services	1,246.1	1,240.7	1,230.9	1,228.0	1,196.7	1,253.0	1,226.7
General merchandise stores	2,475.8	2,488.5	2,445.1	2,440.4	2,436.1	2,490.7	2,369.8
Other semi-durable goods stores	707.9	710.1	699.2	712.7	682.5	706.9	688.5
Other durable goods stores	577.7	582.4	584.9	599.0	596.1	616.1	567.1
Other retail stores	1,057.5	1,061.6	1,025.0	1,012.0	1,015.3	1,007.8	985.1
<b>Total, all stores</b>	<b>21,397.8</b>	<b>21,323.2</b>	<b>21,228.8</b>	<b>21,294.1</b>	<b>21,065.0</b>	<b>21,125.0</b>	<b>20,702.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	348.3	347.7	335.2	352.0	335.9	333.6	323.3
Prince Edward Island	98.1	93.5	90.2	92.5	89.3	89.3	85.8
Nova Scotia	677.1	668.6	632.6	660.6	660.0	654.5	651.1
New Brunswick	525.3	543.0	521.5	520.5	513.2	509.2	493.8
Quebec	4,939.2	4,982.9	4,979.7	5,019.6	4,955.4	4,965.9	4,823.3
Ontario	8,220.9	8,163.0	8,098.6	8,085.2	7,976.2	7,960.1	7,775.3
Manitoba	735.8	729.2	741.1	751.3	746.2	750.8	737.4
Saskatchewan	632.3	633.4	634.0	628.3	622.8	635.4	629.6
Alberta	2,379.2	2,335.9	2,343.2	2,366.3	2,355.5	2,374.2	2,360.4
British Columbia	2,768.9	2,754.1	2,782.8	2,744.9	2,738.3	2,780.9	2,752.4
Yukon	27.9	27.9	27.3	26.7	28.0	26.1	26.2
Nunavut	15.0	14.4	14.9	14.9	13.5	14.3	
Northwest Territories	29.7	29.7	27.7	31.2	30.6	30.5	



Tableau 5

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,489.0	4,454.7	4,465.5	4,435.4	4,479.5	4,463.5	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
357.2	366.0	357.1	359.6	362.2	359.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,079.6	1,084.4	1,078.0	1,090.8	1,095.5	1,083.3	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
133.7	135.1	134.9	138.0	138.4	133.4	Magasins de chaussures
133.4	131.4	132.8	133.8	130.6	127.1	Magasins de vêtements pour hommes
372.6	362.1	363.7	364.8	366.5	353.3	Magasins de vêtements pour femmes
542.0	540.3	534.6	535.2	531.3	508.7	Autres magasins de vêtements
866.9	856.5	849.6	863.9	871.3	844.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
219.0	206.1	203.4	204.0	199.4	199.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,429.7	5,246.4	5,564.1	5,462.6	5,374.2	5,356.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,273.5	1,289.2	1,291.8	1,303.7	1,310.3	1,297.9	Stations-service
1,218.1	1,222.4	1,201.6	1,189.4	1,200.0	1,171.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,341.2	2,349.6	2,342.7	2,318.5	2,337.0	2,249.2	Magasins de marchandises diverses
711.7	706.6	693.6	680.1	681.1	664.2	Autres magasins de produits semi-durables
571.5	575.3	571.1	562.5	568.1	561.1	Autres magasins de produits durables
995.9	985.1	985.0	973.8	965.7	960.0	Autres magasins de vente au détail
<b>20,734.9</b>	<b>20,511.1</b>	<b>20,769.5</b>	<b>20,616.1</b>	<b>20,611.1</b>	<b>20,333.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
333.6	329.4	331.3	317.4	323.6	326.0	Terre-Neuve
86.2	85.6	87.6	88.0	88.8	88.2	Île-du-Prince-Édouard
646.1	641.0	639.0	640.2	641.6	630.8	Nouvelle-Écosse
496.0	486.1	497.7	497.4	502.2	499.6	Nouveau-Brunswick
4,834.1	4,775.3	4,782.1	4,768.2	4,766.3	4,642.3	Québec
7,835.7	7,739.0	7,823.5	7,788.5	7,726.7	7,674.8	Ontario
735.1	726.3	752.2	730.1	728.7	728.7	Manitoba
626.6	625.4	651.9	638.9	634.3	624.7	Saskatchewan
2,347.0	2,316.3	2,408.2	2,342.6	2,357.6	2,310.4	Alberta
2,725.1	2,718.6	2,727.0	2,736.3	2,773.0	2,741.6	Colombie-Britannique
26.2	25.7	26.3	26.7	26.2	25.6	Yukon
						Nunavut
						Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,546.3	4,700.0	4,520.1	4,289.5	3,981.0	4,478.8	4,739.8
All other food stores	375.4	379.3	351.1	345.5	315.8	321.8	443.2
Drugs and patent medicine stores	1,089.1	1,094.1	1,092.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5	1,342.0
Shoe stores	137.6	165.0	143.1	109.0	81.3	108.4	176.8
Men's clothing stores	125.6	126.3	115.2	95.9	80.0	99.1	262.2
Women's clothing stores	371.7	402.4	363.0	308.3	252.2	274.3	583.8
Other clothing stores	512.7	540.8	501.4	466.9	356.9	387.0	892.5
Household furniture and appliance stores	909.6	834.8	775.1	791.5	689.3	743.7	1,306.5
Household furnishings stores	214.1	205.1	193.1	194.5	160.1	158.4	264.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,886.2	6,464.1	6,457.2	6,102.2	4,535.2	4,192.9	4,732.2
Gasoline service stations	1,468.3	1,453.1	1,344.8	1,255.9	1,106.0	1,183.5	1,261.3
Automotive parts, accessories and services	1,388.7	1,366.5	1,236.3	1,094.7	899.7	1,043.0	1,349.6
General merchandise stores	2,387.9	2,452.6	2,266.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7	3,953.3
Other semi-durable goods stores	761.3	806.1	629.6	553.7	478.6	513.0	1,073.3
Other durable goods stores	566.8	583.0	533.0	469.0	423.3	477.6	1,069.7
Other retail stores	1,104.3	1,091.4	958.5	863.0	776.8	800.3	1,365.8
<b>Total, all stores</b>	<b>22,845.7</b>	<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	373.2	371.0	335.8	323.3	256.8	262.5	394.5
Prince Edward Island	108.9	98.8	85.2	80.4	66.3	69.3	102.9
Nova Scotia	716.2	701.6	643.3	605.6	526.1	538.5	788.4
New Brunswick	572.3	577.4	523.6	478.8	398.4	403.2	590.6
Quebec	5,327.1	5,497.5	5,255.0	4,743.3	3,903.2	4,071.6	5,432.2
Ontario	8,842.1	8,613.5	8,067.2	7,611.6	6,415.9	6,645.6	9,604.9
Manitoba	772.8	761.8	748.6	714.7	600.6	635.2	898.4
Saskatchewan	671.1	652.8	633.8	585.4	500.4	551.0	759.7
Alberta	2,508.6	2,466.9	2,351.6	2,279.7	1,898.1	2,014.7	2,873.0
British Columbia	2,872.2	2,846.7	2,767.4	2,652.4	2,276.0	2,410.6	3,293.2
Yukon	32.7	30.3	25.8	24.6	20.6	20.4	28.2
Nunavut	14.2	14.9	15.4	14.5	12.0	12.4	
Northwest Territories	34.4	31.1	27.7	31.3	25.6	26.2	



Tableau 6

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,180.4	4,664.1	4,382.8	4,504.8	4,808.4	4,445.8	26,515.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
339.7	366.9	345.6	359.2	385.8	369.2	2,088.9	Tous les autres magasins d'alimentation
1,055.7	1,098.1	1,051.8	1,063.0	1,087.8	1,062.5	6,459.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
150.5	154.4	148.2	147.9	130.4	146.1	744.4	Magasins de chaussures
158.5	139.8	122.3	112.1	113.2	132.9	642.1	Magasins de vêtements pour hommes
394.6	381.8	387.7	348.5	358.4	357.9	1,971.9	Magasins de vêtements pour femmes
607.1	588.3	565.3	582.9	474.4	470.7	2,765.7	Autres magasins de vêtements
944.1	904.1	883.0	860.9	858.2	812.7	4,744.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
237.1	218.5	210.8	209.0	207.3	212.8	1,125.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
4,926.3	5,186.3	5,580.8	5,206.4	5,820.6	6,503.4	34,637.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,254.1	1,340.3	1,302.3	1,406.6	1,455.6	1,369.0	7,811.6	Stations-service
1,317.5	1,268.5	1,183.2	1,160.0	1,324.8	1,294.6	7,028.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,863.6	2,507.0	2,238.9	2,254.0	2,197.0	2,168.7	12,772.1	Magasins de marchandises diverses
749.8	686.2	699.3	700.8	713.4	711.3	3,742.3	Autres magasins de produits semi-durables
559.6	521.8	548.5	599.3	594.2	552.6	3,052.7	Autres magasins de produits durables
934.7	1,007.6	966.9	1,046.8	1,121.5	992.7	5,594.3	Autres magasins de vente au détail
<b>20,673.5</b>	<b>21,033.7</b>	<b>20,617.3</b>	<b>20,562.2</b>	<b>21,650.8</b>	<b>21,603.0</b>	<b>121,697.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
343.2	339.7	321.1	329.2	350.9	347.6	1,922.6	Terre-Neuve
84.0	86.6	86.6	98.7	105.9	97.7	508.9	Île-du-Prince-Édouard
654.7	656.3	621.3	656.2	688.1	671.0	3,731.3	Nouvelle-Écosse
499.4	508.3	497.5	509.2	542.9	541.7	2,953.7	Nouveau-Brunswick
4,712.7	4,933.4	4,758.4	4,746.9	5,075.9	4,978.5	28,797.7	Québec
7,943.4	7,861.9	7,818.3	7,634.3	8,022.8	8,166.3	46,195.9	Ontario
736.1	763.1	736.5	726.2	753.1	768.0	4,233.7	Manitoba
633.4	670.6	641.9	639.9	661.8	658.9	3,594.5	Saskatchewan
2,351.7	2,395.0	2,349.8	2,351.3	2,429.6	2,443.8	13,519.6	Alberta
2,651.0	2,750.8	2,717.7	2,797.5	2,941.6	2,856.4	15,825.3	Colombie-Britannique
23.4	25.5	26.6	30.6	32.4	30.2	154.4	Yukon
						83.4	Nunavut
						176.3	Territoires du Nord Ouest



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	100.4	102.9	92.4	90.2	535.9
Prince Edward Island	31.5	28.1	22.7	22.7	143.5
Nova Scotia	194.8	198.6	177.2	178.9	1,051.0
New Brunswick	149.0	151.3	139.6	131.6	798.1
Quebec	1,571.8	1,683.7	1,507.1	1,321.8	8,457.8
Ontario	2,877.5	2,905.7	2,632.2	2,465.3	15,265.1
Manitoba	217.5	217.9	210.9	201.4	1,183.1
Saskatchewan	203.7	200.0	192.9	181.5	1,101.3
Alberta	768.3	759.5	711.8	700.2	4,152.9
British Columbia	930.1	932.6	896.6	873.2	5,165.6
Yukon	7.0	5.8	5.3	5.2	31.6
Nunavut	11.4	12.2	12.1	11.4	66.5
Northwest Territories	13.5	11.9	11.7	11.6	68.1
<b>Total</b>	<b>7,076.5</b>	<b>7,210.1</b>	<b>6,612.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>38,020.5</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	100.4	102.9	92.4	90.2	74.9	75.1	171.5
Prince Edward Island	31.5	28.1	22.7	22.7	19.0	19.5	44.9
Nova Scotia	194.8	198.6	177.2	178.9	147.0	154.5	334.3
New Brunswick	149.0	151.3	139.6	131.6	110.8	115.8	247.8
Quebec	1,571.8	1,683.7	1,507.1	1,321.8	1,117.2	1,256.2	2,214.4
Ontario	2,877.5	2,905.7	2,632.2	2,465.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2
Manitoba	217.5	217.9	210.9	201.4	164.4	171.0	358.5
Saskatchewan	203.7	200.0	192.9	181.5	155.8	167.4	316.7
Alberta	768.3	759.5	711.8	700.2	594.6	618.5	1,240.4
British Columbia	930.1	932.6	896.6	873.2	737.0	796.1	1,502.0
Yukon	7.0	5.8	5.3	5.2	4.2	4.1	8.5
Nunavut	11.4	12.2	12.1	11.4	9.4	10.0	
Northwest Territories	13.5	11.9	11.7	11.6	9.8	9.6	
<b>Total</b>	<b>7,076.5</b>	<b>7,210.1</b>	<b>6,612.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>	<b>10,924.3</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
				<b>Régions</b>
7.8	10.4	5.7	11.4	8.2 Terre-Neuve
17.1	8.1	-2.6	6.1	6.1 Île-du-Prince-Édouard
7.4	7.3	0.6	10.7	6.4 Nouvelle-Écosse
6.0	6.3	3.6	9.8	7.0 Nouveau-Brunswick
2.3	1.8	0.8	3.9	2.8 Québec
10.4	7.7	7.5	10.3	8.7 Ontario
6.7	3.6	3.3	5.9	4.7 Manitoba
5.4	1.6	1.1	3.9	2.5 Saskatchewan
6.2	1.6	0.7	7.4	3.8 Alberta
3.8	1.0	3.2	5.4	3.2 Colombie-Britannique
6.1	1.8	12.8	2.0	2.6 Yukon
				Nunavut
				Territoires du Nord Ouest
<b>6.8</b>	<b>4.4</b>	<b>3.9</b>	<b>7.5</b>	<b>5.6 Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	June 1998 Juin	Year 1999 Année
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Régions</b>
140.0	115.7	99.4	99.4	96.7	93.1	535.9 Terre-Neuve
30.0	28.1	27.5	32.9	32.1	26.9	143.5 Île-du-Prince-Édouard
243.2	210.0	190.1	201.1	191.9	181.4	1,051.0 Nouvelle-Écosse
184.3	164.2	148.6	148.8	144.8	140.5	798.1 Nouveau-Brunswick
1,623.4	1,617.6	1,556.1	1,545.8	1,564.0	1,536.0	8,457.8 Québec
3,135.9	2,835.5	2,729.2	2,692.7	2,613.3	2,606.2	15,265.1 Ontario
249.0	229.6	202.3	216.3	206.3	203.8	1,183.1 Manitoba
224.9	216.7	192.6	200.1	195.2	193.3	1,101.3 Saskatchewan
862.3	790.6	746.0	781.6	734.0	723.7	4,152.9 Alberta
999.9	962.4	935.6	929.6	925.6	896.1	5,165.6 Colombie-Britannique
5.8	6.7	6.4	7.9	7.2	6.6	31.6 Yukon
						66.5 Nunavut
						68.1 Territoires du Nord Ouest
<b>7,720.6</b>	<b>7,200.0</b>	<b>6,855.7</b>	<b>6,878.5</b>	<b>6,734.2</b>	<b>6,628.2</b>	<b>38,020.5 Total</b>



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonné				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1997</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3	0.5
June	109.9	22,845.7	5.8	20,779.1	4.5
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		<b>1997</b>
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Janvier
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Février
						Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	<b>...</b>	<b>220,955.1</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	--		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	<b>...</b>	<b>229,054.6</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
108.1	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Février
108.1	21,294.1	1.1	19,691.8	0.5		Mars
108.8	21,228.8	-0.3	19,507.0	-0.9		Avril
108.5	21,323.2	0.4	19,563.3	0.3		Mai
109.1	21,397.8	0.3	19,608.9	0.2		Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as “the aggregate sales made through retail locations (outlets)”.

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a “business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption”. Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the “general merchandise store” category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor’s withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l’ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d’affaires (habituellement un magasin) dont l’activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c’est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l’intermédiaire d’un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n’y a qu’une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l’activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d’occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d’autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d’un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Du à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n’est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Les **marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d’alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d’alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d’accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>
6331	Gasoline service stations
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>
6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>
6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>
6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>
6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>
6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



## Your Guide from Coast to Coast!



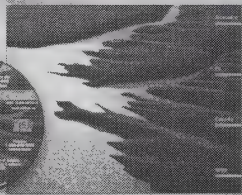
THE CANADIAN REFERENCE THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS ABOUT CANADA, AND EVEN THOSE YOU NEVER THOUGHT TO ASK, IS NOW AVAILABLE AS A CAPTIVATING BOOK, AS A USER-FRIENDLY CD-ROM AND AS A PRACTICAL COMBINATION PACKAGE. CONVENIENT AT WORK, SCHOOL AND HOME, CANADA YEAR BOOK 1999 BOTH DISPLAYS AND ANALYZES THE COMPLEXITIES OF LIVING AND WORKING IN CANADA TODAY.

Time and time again, you will turn to *Canada Year Book 1999* for penetrating articles, accurate statistics, clear tables, informative graphs and exquisite photographs spotlighting key trends and changes in our social, political and economic lives.

Choose *Canada Year Book 1999* or *Canada Year Book 1999 on CD-ROM* as your reference companion. You can order the book (cat. no. 11-402-XPE99001) for \$54.95, the CD-ROM (cat. no. 11-402-XCB99001) for \$74.95, OR the Book/CD-ROM Combination Package (cat. no. 10-3005XKE99001) available at the special price of \$123.41. (Prices exclude shipping and handling as well as applicable taxes.)

To order, call toll-free 1 800 267-6677, fax toll-free 1 877 287-4369 or write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also e-mail your order to: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

## Votre guide d'un océan à l'autre!



L'OUTIL DE RÉFÉRENCE CANADIEN QUI RÉPOND À TOUTES VOS QUESTIONS, MÊME À CELLES QUE VOUS N'AVEZ PAS ENCORE POSÉES, EST PRÉSENTÉ EN UN LIVRE CAPTIVANT, UN CD-ROM CONVIVIAL ET UN ENSEMBLE LIVRE ET CD-ROM PRATIQUE. UTILE AU TRAVAIL, À L'ÉCOLE ET À LA MAISON, L'ANNUAIRE DU CANADA 1999 DÉPEINT ET ANALYSE LES COMPLEXITÉS DE LA VIE ET DU TRAVAIL D'AUJOURD'HUI AU CANADA.

Vous consulterez l'*Annuaire du Canada 1999* encore et encore pour obtenir des articles percutants, des statistiques précises, des tableaux clairs, des graphiques informatifs et des photographies exceptionnelles qui mettent en évidence les tendances et les changements importants survenus aux plans social, politique et économique.

Choisissez l'*Annuaire du Canada 1999* ou l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* comme compagnon de référence. Vous pouvez commander le livre (n° 11-402-XP99001 au catalogue) au prix de 54,95 \$, le CD-ROM (n° 11-402-XCB99001 au catalogue) au prix de 74,95 \$ ou l'ensemble livre et CD-ROM (n° 10-3005XKE99001 au catalogue) au prix réduit de 123,41 \$. (Les frais de port et de manutention ainsi que les taxes ne sont pas compris dans les prix indiqués.)

Pour commander, téléphonez sans frais au 1 800 267-6677, télécopiez sans frais au 1 877 287-4369 ou écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi faire parvenir votre commande par courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada de votre région (la liste des centres figure dans la présente publication).



Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) and try out a FREE DEMO of *CYB99 on CD-ROM* or download the FREE *CYB99 Teacher's Kit*

Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et essayez notre DÉMONSTRATEUR GRATUIT de l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* ou téléchargez notre *Trousse de l'enseignant* pour l'*Annuaire du Canada* GRATUITE!





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Circulation and Integration  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

- ▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.
- ▶ Subscription will begin with the next issue to be released.
- ▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.
- ▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.
- ▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.
- ▶ GST Registration # R121491807

SUBTOTAL	
DISCOUNT (if applicable)	
GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)	
Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)	
Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)	
GRAND TOTAL	
PF 097019	

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

Canada

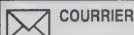




# BON DE COMMANDE

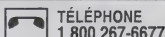
Statistique Canada

## POUR COMMANDER :



**COURRIER**

Statistique Canada  
Opérations et intégration  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6



**TÉLÉPHONE**  
1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



**TÉLÉCOPIEUR**  
1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



**INTERNET** order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)



**1 800 363-7629**

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

## MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)



Veuillez débiter mon compte



VISA



MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature



Paiement inclus \$



N° du bon de commande

(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.	<b>TOTAL</b>
► L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.	<b>RÉDUCTION (s'il y a lieu)</b>
► Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.	<b>TPS (7 %)</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.	<b>TVP en vigueur</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.	<b>TVH en vigueur (N.-É., N.-B., T.-N.)</b>
► TPS N° R121491807	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>
	<b>PF097019</b>

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada



# Success is within your reach

# Le succès est à la portée

## when you subscribe to the *Canadian Economic Observer*!

Understanding what is key to Canada's economic activity is important to virtually every successful business, particularly in today's highly competitive economy. Whether your company has 10 employees or 10,000, it's vital that you are equipped to anticipate the trends that could prove influential in the years ahead. One way is to subscribe to Canada's leading report card on the economy — the *Canadian Economic Observer* (CEO).

### ► CEO meets your needs

Whether your job requires you to access data, track trends or devise highly effective business plans, you'll find many uses for CEO. Packed with detailed charts, diagrams and tables, CEO is your hands-on tool for understanding the economy from the inside out. And CEO gives you the kind of in-depth, intelligent analysis you have come to expect from the world's leading statistical agency.

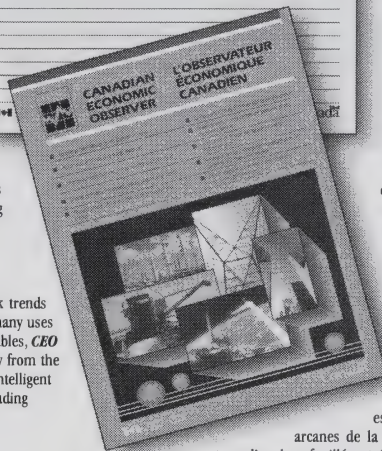
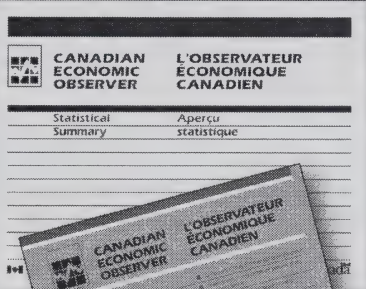
### ► CEO is easy to use

Consultations with experts have contributed to CEO's present, widely acclaimed format. The **Current Economic Conditions** section contains thought-provoking commentary on current issues, trends and developments. Economic growth, trade, financial market activity — all of the major economic developments across Canada are covered month to month, issue by issue.

The **Economic Events** section profiles developments in the previous month that had an impact on the economy. **Plus**, CEO has a topical **Feature Article** providing thoughtful insight into issues that either directly or indirectly affect all Canadians. A separate **Statistical Summary** carries a full range of hard data relating to important economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and many others.

### ► CEO offers solutions

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts. You'll also receive a copy of CEO's annual *Historical Statistical Summary* at no additional charge.



## des abonnés à *L'Observateur économique canadien*!

Il est important pour à peu près toutes les entreprises prospères de comprendre les grandes lignes de l'activité économique, surtout dans l'économie concurrentielle d'aujourd'hui. Que votre entreprise compte dix, cent ou plus de mille employés, vous voudrez sans doute vous équiper en vue d'anticiper les tendances qui peuvent exercer une influence sur les années à venir. Un bon moyen consiste à vous abonner au principal bulletin de santé économique du Canada : *L'Observateur économique canadien* (LOEC).

### ► LOEC répond à vos besoins

Que vous ayez à consulter des données, à repérer de grandes tendances ou à concevoir des plans d'entreprises efficaces, LOEC répondra à nombre de vos besoins. Rempli de tableaux, de graphiques et de diagrammes détaillés, LOEC

est l'outil pratique par excellence pour comprendre les arcanes de la conjoncture économique. De plus, LOEC vous offre le type d'analyse fouillée et intelligente à laquelle vous vous attendez d'un leader mondial dans le domaine de la statistique.

### ► LOEC est simple à utiliser

Des consultations avec plusieurs experts ont fait en sorte que le nouveau format de LOEC reçoit aujourd'hui un accueil enthousiaste de la part de nos nombreux lecteurs. La section des **Conditions économiques actuelles** comprend des commentaires percutants sur des questions, des tendances et des développements économiques. La croissance économique, le commerce, l'activité des marchés financiers — les événements économiques marquants au Canada sont examinés dans chaque numéro mensuel.

La section **Événements économiques** regroupe les faits d'actualité ayant eu un impact majeur sur l'économie au cours du mois précédent. **En plus**, LOEC comprend une **Étude spéciale** qui examine en profondeur des sujets qui touchent directement ou indirectement presque tous les Canadiens et Canadiennes. Enfin, l'**Aperçu statistique** contient l'ensemble des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

### ► LOEC vous offre des solutions

En tant qu'abonné, vous profiterez d'une communication directe avec les analystes de Statistique Canada. Vous recevrez également, sans frais additionnels, un exemplaire du *Supplément statistique historique de LOEC*.

VISIT OUR WEB SITE!  
[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

VISITEZ NOTRE SITE INTERNET!  
[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Subscribe to the *Canadian Economic Observer* (Catalogue #11-010-XPB) TODAY for only \$227 in Canada plus GST/IST and applicable PST and US\$227 in other countries. Call TOLL-FREE 1-800-267-6677 or FAX 1-800-889-9734 or (613) 951-1584 and use your VISA or MasterCard. You can also MAIL your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

Abonnez-vous dès AUJOURD'HUI à *L'Observateur économique canadien* (numéro au catalogue 11-010-XPB) pour seulement 227 \$ au Canada (TPS/TVA et TVP en sus, s'il y a lieu) et 227 \$ US dans les autres pays. Composez SANS FRAIS le 1-800-267-6677 ou faites-nous parvenir votre commande par TÉLÉCOPIEUR au 1-800-889-9734 ou au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard. Vous pouvez également envoyer votre commande par la POSTE à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de dont la liste figure dans la présente publication.



# Perspectives on Labour and Income

## Crucial to leading decision makers

**T**he current emphasis on information resonates loudly in the workplace.

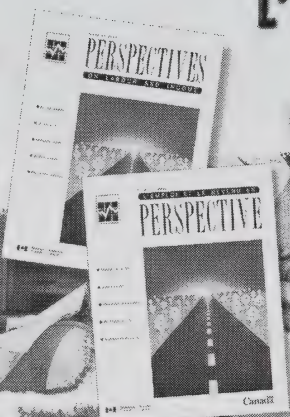
**Perspectives on Labour and Income** meets your need for accurate, timely and comprehensive information. The bottom line? You get vital data and analysis on the workplace and related issues facing contemporary Canada!

### Your springboard to success

Each analytical article in this quarterly journal has clear charts, tables and summaries.

**Perspectives** reveals the latest labour and demographic statistics – essential to

- ▶ determine how attitudes toward retirement influence investment decisions
- ▶ evaluate the effect of wage trends on union bargaining
- ▶ forecast the effect of employment on the demand for goods and services or social programs
- ▶ compare your organization within your industry
- ▶ develop labour market studies
- ▶ ... and much more!



# L'emploi et le revenu en perspective

## Un outil essentiel pour les décideurs

**D**e nos jours, on attache beaucoup d'importance à

l'information en milieu de travail. La revue **L'emploi et le revenu en perspective** répond à vos besoins pour des renseignements qui sont à la fois précis, actuels et complets. Vous disposerez alors de données essentielles et d'analyses sur le milieu du travail et sur d'autres défis auxquels le Canada est confronté!

### Le tremplin à votre succès

Les articles analytiques de cette revue trimestrielle comportent des graphiques, des tableaux et des sommaires conçus de façon à présenter clairement les statistiques sur le

marché du travail et les statistiques démographiques qui sont essentielles pour :

- ▶ déterminer dans quelle mesure les attitudes à l'égard de la retraite influent sur les décisions en matière de placements
- ▶ évaluer l'effet des tendances salariales sur les négociations syndicales
- ▶ faire des prévisions relatives à l'incidence de l'emploi sur la demande de biens et de services ou sur les programmes sociaux
- ▶ comparer votre organisation à votre branche d'activité dans son ensemble
- ▶ effectuer des études sur le marché du travail
- ▶ ... et bien plus encore!

### One easy decision: Subscribe today!

When you invest in this Statistics Canada journal, you're investing in your future. **Perspectives on Labour and Income** (cat. no. 75-001-XPE) costs \$58 in Canada (plus applicable taxes) and US\$58 outside Canada.

To subscribe:

CALL toll free 1 800 267-6677 FAX 1 800 889-9734

WRITE to Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 Canada.

Order via E-MAIL at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Or CONTACT your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

### Une décision facile à prendre : c'est de vous abonner dès maintenant!

En investissant dans cette revue de Statistique Canada, vous investissez aussi dans votre avenir. **L'emploi et le revenu en perspective** (n° 75-001-XPF au catalogue) se vend 58 \$ au Canada (taxes en sus) et 58 \$ US à l'extérieur du Canada.

Pour vous abonner :

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677 TÉLÉCOPIEZ au 1 800 889-9734

ÉCRIVEZ à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 Canada.

Commandez par COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Ou COMMUNIQUEZ avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

July 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Juillet 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

September 1999

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 7  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 7  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Septembre 1999

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 7  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 7  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*







## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinaux. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.









## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34







## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro d'février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.







## Highlights

Retail sales rose 1.3% in July to \$21.7 billion. This strong increase followed sales advances in June (+0.4%) and May (+0.5%).

Retailers have been experiencing strong sales since October 1998 (up 6.0% over the period) and July's increase was twice the average monthly gain observed since then. Previously, retail sales had slowed in the spring and summer of 1998 after generally increasing since the start of 1996.

About a third of July's increase in total retail sales resulted from higher prices, which were mainly due to increasing costs for gas at the pump. Excluding the effect of prices, retail sales increased 0.9% in July. Sales in gasoline service stations were up 1.8%, but excluding the price effect, they were down 1.3%. The remaining sectors posted little or no change in prices.

Retail sales were up in most sectors, with clothing stores (+3.1%), general merchandise stores (+2.1%) and stores in the automotive sector (+2.0%) leading the way. Furniture stores (-0.3%) reported the only decline while sales in food stores remained unchanged.

### Clothing store sales bounced back

Consumers spent more in all types of clothing stores in July (+3.1%) after staying away in June (-2.9%). July's increase was the largest in the last 12 months for this group. Sales in clothing stores increased considerably in 1999 after a period of weaker sales during most of 1998 - July's sales were 5.6% higher than in December 1998. Most of the recent strength is coming from the other clothing category which includes unisex and family clothing stores.

In July, strong sales by department stores (+3.7%) led to a 2.1% increase for the general merchandise sector. Sales by stores in the other general merchandise category were unchanged. After experiencing weak sales during most of 1998, retailers of the general merchandise sector have performed well this year - sales were up 7.0% in July compared with December 1998.

### Auto sector in high gear

Higher sales by motor and recreational vehicle dealers (+3.0%) and gasoline service stations (+1.8%) led to a 2.0% increase for the automotive sector in July. Stores selling automotive parts, accessories and services showed a 2.1% decline in sales after four straight months of gains. Retailers in the automotive sector

## Faits saillants

En juillet, les ventes au détail ont progressé de 1,3 % pour s'établir à 21,7 milliards de dollars. Cette forte hausse faisait suite à une augmentation des ventes en juin (+0,4 %) et en mai (+0,5 %).

Les détaillants ont réalisé d'importantes ventes depuis octobre 1998, enregistrant une hausse de 6,0 % au cours de la période. L'augmentation de juillet représente le double des gains mensuels moyens observés depuis octobre dernier. Les ventes au détail avaient subi un ralentissement au printemps et à l'été de l'an dernier après avoir affiché une progression générale depuis le début de 1996.

Environ le tiers de l'augmentation des ventes au détail totales de juillet est attribuable à une hausse des prix, principalement en raison de la hausse du prix de l'essence à la pompe. Si l'on exclut l'effet des prix, les ventes au détail ont augmenté de 0,9 % en juillet. Les ventes des stations-service étaient en hausse de 1,8 % en juillet, mais si l'on exclut l'effet des prix, elles étaient en baisse de 1,3 %. Les autres secteurs ont affiché peu ou pas de changement dans les prix.

En juillet, les ventes au détail étaient en hausse dans la majorité des secteurs, particulièrement dans les magasins de vêtements (+3,1 %), les magasins de marchandises diverses (+2,1 %) et les magasins du secteur de l'automobile (+2,0 %). Les magasins de meubles (-0,3 %) sont les seuls à avoir accusé un recul, tandis que les ventes des magasins d'alimentation sont demeurées inchangées.

### Les ventes des magasins de vêtements ont rebondi

En juillet, les consommateurs ont fait plus d'achats dans tous les types de magasins de vêtements (+3,1 %) après les avoir désertés en juin (-2,9 %). L'augmentation de juillet est la plus importante des 12 derniers mois pour ce groupe. Les ventes des magasins de vêtements ont progressé considérablement en 1999 après avoir été plus faibles pendant la majeure partie de 1998 - les ventes en juillet ont augmenté de 5,6 % par rapport à décembre 1998. Cette force récente des ventes est en grande partie attribuable à la catégorie des autres magasins de vêtements qui englobe les magasins de vêtements unisexes et de vêtements pour toute la famille.

La forte progression des ventes dans les grands magasins (+3,7 %) en juillet a entraîné une hausse de 2,1 % pour le secteur des magasins de marchandises diverses. La catégorie des autres magasins de marchandises diverses n'a affiché aucun changement dans les ventes pour ce mois. Après avoir connu une période de faibles ventes durant la majeure partie de 1998, les détaillants du secteur des marchandises diverses ont bien fait jusqu'ici cette année. Les ventes étaient en hausse de 7,0 % en juillet comparativement à décembre 1998.

### Le secteur de l'automobile accélère

La hausse de 2,0 % dans le secteur de l'automobile en juillet est attribuable à l'augmentation des ventes qu'ont connue les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+3,0 %) et les stations-service (+1,8 %). Les magasins de pièces, d'accessoires de véhicules automobiles et de services ont affiché un recul des







have enjoyed strong sales advances since the fall of 1998 after experiencing more modest increases that started in the spring of 1997.

The return of higher gas prices in July (+4.1%), after a temporary decline in June (-1.5%), pushed up sales in gasoline service stations to their highest level since January 1997. As well, gas prices have jumped 16.6% from their low in February this year. Sales by gasoline service stations have increased since the start of the year after a period of general declines which started in the spring of 1996.

### **Furniture stores showed the only decline**

In July, consumers spent slightly less in furniture stores (-0.3%) after a spending spree during the previous two months. Sales in these stores jumped 2.8% in June and 5.2% in May. Overall, sales in furniture stores have been increasing since the spring of 1996. The easy availability of credit may have helped to sustain this high sales growth.

### **Retail sales advanced in most provinces**

In July, retail sales rose in all provinces except in Nova Scotia (-3.6%), Newfoundland (-1.5%) and Prince Edward Island (-1.0%). Sales advances in other provinces ranged from 0.8% in Manitoba and Saskatchewan to 2.0% in Alberta. Retailers in each of the Prairie provinces enjoyed higher sales in July and June but have shown little progress in sales since the end of 1997.

Retail spending in Ontario increased 1.8% in July. So far this year, retailers in the province have been reporting increases every month, with sales rising 7.8% since December 1998. Sales in Ontario have generally been increasing since mid-1996.

In Quebec, higher retail sales in July (+1.3%) completely offset the decline in June (-0.8%). Sales in Quebec have remained relatively unchanged since the start of the year, after advancing in the second half of 1998. Previously, retailers in Quebec experienced volatile sales in the first half of 1998 and flat sales for most of 1997.

Retailers in British Columbia posted increasing sales in July (+1.0%), following a 0.6% gain in June. Sales in British Columbia have been advancing since the fall of 1998, recapturing most of the decline observed earlier that year. Prior to 1998, sales in British Columbia had generally been increasing since the end of 1995.

### **Related indicators**

Total employment remained unchanged in August reflecting the pattern observed since the start of the year. This period of stable employment follows strong job growth in the second half of 1998. The number of housing starts edged up slightly in August (+0.3%). According to the Consumer Price Index, the price of gasoline jumped 6.3% in August compared with July.

ventes de 2,1 % après quatre mois consécutifs de gains. Les détaillants du secteur de l'automobile ont connu une forte progression des ventes depuis l'automne 1998, après avoir enregistré des augmentations plus modestes depuis le printemps 1997.

Le retour des prix de l'essence plus élevés en juillet (+4,1 %), suivant une baisse temporaire en juin (-1,5 %), a fait grimper les ventes des stations-service à leur plus haut niveau depuis janvier 1997. Les prix de l'essence ont fait un bond de 16,6 % par rapport à leur bas niveau de février 1999. Les ventes des stations-service ont augmenté depuis le début de l'année, après une période de recul général qui a commencé au printemps 1996.

### **Les magasins de meubles enregistrent le seul recul**

En juillet, les consommateurs ont dépensé légèrement moins dans les magasins de meubles (-0,3 %), après les fortes ventes des deux mois précédents. Les ventes dans les magasins de meubles ont grimpé de 2,8 % en juin et de 5,2 % en mai. Dans l'ensemble, les ventes dans les magasins de meubles ont augmenté depuis le printemps 1996. La grande disponibilité du crédit peut être à l'origine de cette croissance soutenue des ventes.

### **Les ventes au détail progressent dans la plupart des provinces**

Les ventes au détail ont augmenté dans toutes les provinces en juillet, sauf en Nouvelle-Écosse (-3,6 %), à Terre-Neuve (-1,5 %) et à l'Île-du-Prince-Édouard (-1,0 %). La hausse des ventes dans les autres provinces a varié de 0,8 % au Manitoba et en Saskatchewan à 2,0 % en Alberta. Les détaillants de chacune des provinces des Prairies ont enregistré une hausse des ventes en juillet et en juin, mais la progression des ventes depuis la fin de 1997 reste lente.

Les dépenses au détail des consommateurs en Ontario ont augmenté de 1,8 % en juillet. Jusqu'ici cette année, les détaillants de l'Ontario ont affiché chaque mois une augmentation des ventes, en hausse de 7,8 % depuis décembre 1998. Dans l'ensemble, les ventes au détail en Ontario sont en progression depuis le milieu de 1996.

Au Québec, des ventes au détail plus fortes en juillet (+1,3 %) ont entièrement neutralisé le recul de juin (-0,8 %). Les ventes au détail au Québec sont demeurées relativement les mêmes depuis le début de l'année, après avoir été en hausse au cours de la deuxième moitié de 1998. Les détaillants du Québec avaient enregistré des ventes instables durant la première moitié de 1998 et stagnantes pour la majeure partie de 1997.

Les détaillants de la Colombie-Britannique ont affiché une augmentation des ventes en juillet (+1,0 %), à la suite d'un gain de 0,6 % en juin. Les ventes au détail dans cette province ont progressé depuis l'automne dernier, rattrapant la majeure partie du recul observé durant le reste de 1998. Avant 1998, les ventes globales en Colombie-Britannique étaient en hausse depuis la fin de 1995.

### **Indicateurs connexes**

L'emploi total est demeuré inchangé en août, ce qui reflète le profil observé depuis le début de l'année. Cette période de stabilité en 1999 fait suite à une forte hausse des emplois durant la deuxième moitié de 1998. Le nombre de mises en chantier a monté légèrement en août (+0,3 %). Selon l'Indice des prix à la consommation, le prix de l'essence a grimpé de 6,3 % en août par rapport à juillet.

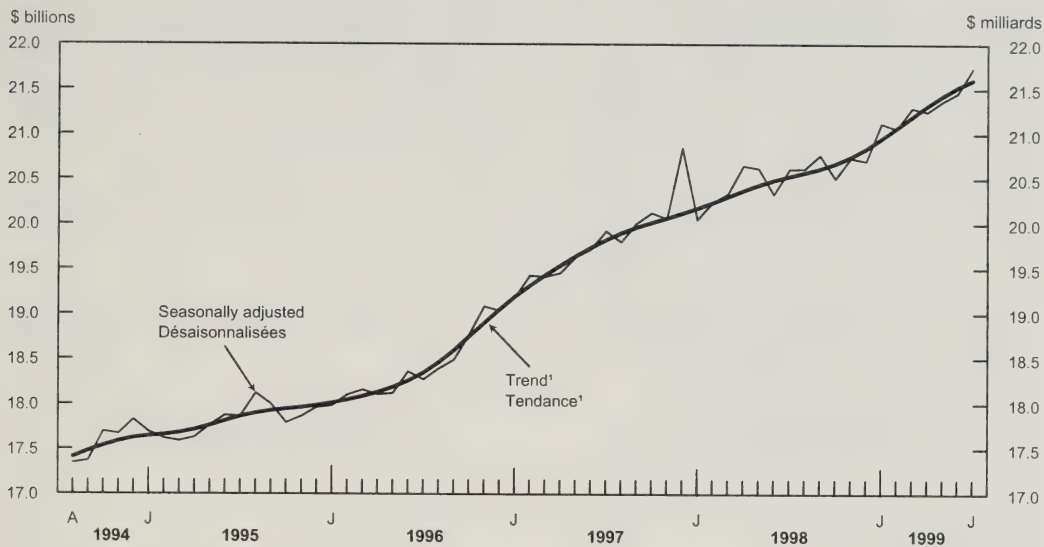






## Retail Sales – Canada

## Canada Ventes au détail – Canada



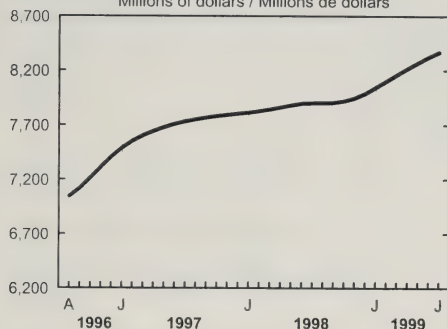
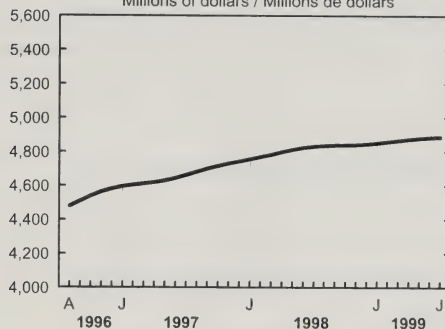
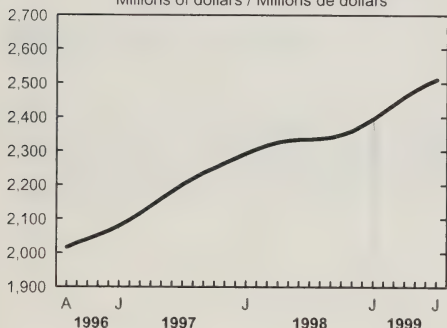
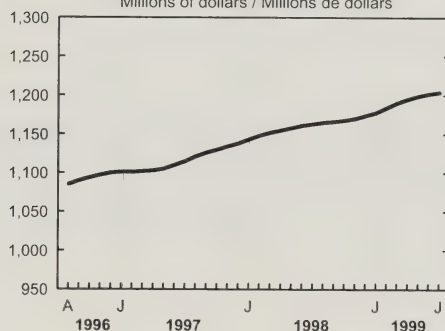
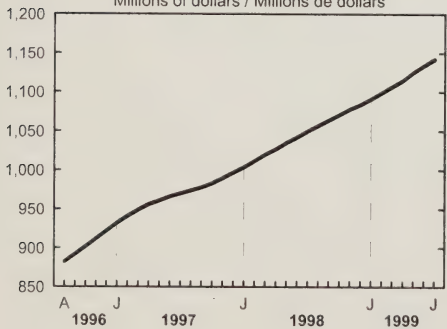
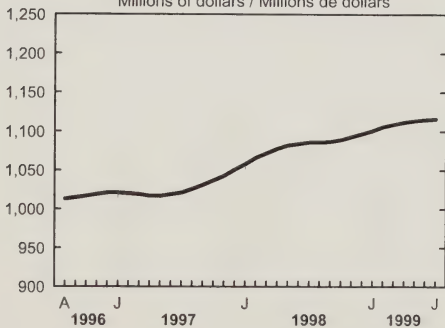
<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.







**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Médicaments**  
Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.







**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.







**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---







Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales				Year-to-date 1999 Cumulatif	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes					July 1999 Juillet	June 1999 Juin
	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril			
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,524.0	4,523.3	4,589.0	4,521.0	31,665.9	--	-1.4
All other food stores	360.5	363.5	366.1	356.5	2,530.8	-0.8	-0.7
Drugs and patent medicine stores	1,121.4	1,112.4	1,113.0	1,106.3	7,783.5	0.8	--
Shoe stores	135.4	127.7	141.2	141.4	963.1	6.0	-9.6
Men's clothing stores	128.6	123.5	127.0	127.4	890.2	4.1	-2.8
Women's clothing stores	373.8	367.2	374.9	370.2	2,608.5	1.8	-2.1
Other clothing stores	574.3	557.4	567.7	559.0	3,891.5	3.0	-1.8
Household furniture and appliance stores	940.4	955.6	916.3	862.0	6,341.2	-1.6	4.3
Household furnishings stores	213.5	201.4	209.2	208.2	1,449.4	6.0	-3.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,831.2	5,661.6	5,479.1	5,623.4	39,430.2	3.0	3.3
Gasoline service stations	1,418.4	1,392.9	1,401.0	1,392.6	9,496.8	1.8	-0.6
Automotive parts, accessories and services	1,219.2	1,245.2	1,238.7	1,229.5	8,610.3	-2.1	0.5
General merchandise stores	2,535.0	2,482.1	2,490.1	2,446.3	17,320.7	2.1	-0.3
Other semi-durable goods stores	721.8	710.9	711.6	700.3	4,946.7	1.5	--
Other durable goods stores	581.3	579.2	582.5	584.7	4,138.9	0.4	-0.6
Other retail stores	1,057.7	1,058.6	1,062.1	1,025.9	7,239.4	--	-0.3
<b>Total, all stores</b>	<b>21,736.5</b>	<b>21,462.4</b>	<b>21,369.4</b>	<b>21,254.7</b>	<b>149,307.1</b>	<b>1.3</b>	<b>0.4</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	342.2	347.4	346.9	335.3	2,393.3	-1.5	0.1
Prince Edward Island	97.7	98.7	93.9	90.3	651.7	-1.0	5.1
Nova Scotia	663.9	689.0	668.5	632.2	4,628.7	-3.6	3.1
New Brunswick	540.7	534.7	543.9	523.4	3,685.6	1.1	-1.7
Quebec	5,012.1	4,949.7	4,989.6	4,983.1	34,875.4	1.3	-0.8
Ontario	8,384.7	8,232.9	8,187.7	8,111.1	56,937.9	1.8	0.6
Manitoba	744.5	738.9	730.1	741.7	5,203.5	0.8	1.2
Saskatchewan	639.8	634.9	634.5	634.6	4,430.3	0.8	--
Alberta	2,432.3	2,385.5	2,340.4	2,347.2	16,601.4	2.0	1.9
British Columbia	2,805.0	2,777.3	2,761.8	2,785.7	19,393.9	1.0	0.6
Yukon	27.1	27.6	27.7	27.2	190.4	-1.8	-0.4
Nunavut	14.1	15.0	14.4	15.2	101.4	-6.0	4.2
Northwest Territories	32.2	30.6	30.1	27.6	212.8	5.2	1.7







Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				Year-to-date 1999 Cumulatif	
May 1999 Mai	April 1999 Avril	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril		
Per cent – Pourcentage							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
1.5	--	1.0	1.3	2.9	1.7	2.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.7	-2.8	-0.5	1.2	1.6	-0.8	0.4	Tous les autres magasins d'alimentation
0.6	-0.8	2.4	2.7	1.9	2.7	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.1	0.5	-2.2	-4.3	-5.0	-2.1	-2.7	Magasins de chaussures
-0.3	-1.4	-1.5	-2.8	-2.9	-4.0	-3.4	Magasins de vêtements pour hommes
1.3	-0.8	2.0	3.9	0.6	-1.8	1.1	Magasins de vêtements pour femmes
1.6	0.7	8.1	9.6	10.2	10.3	8.4	Autres magasins de vêtements
6.3	-3.2	7.9	13.1	9.4	7.0	9.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.5	1.1	7.1	1.2	7.1	4.2	4.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.6	-1.2	8.5	5.7	1.0	2.9	5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.6	5.7	8.3	7.3	5.4	4.2	2.4	Stations-service
0.7	0.1	1.6	6.3	3.3	0.6	4.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.8	0.2	8.5	10.4	6.7	3.8	6.7	Magasins de marchandises diverses
1.6	-1.7	6.0	7.0	3.9	2.7	4.4	Autres magasins de produits semi-durables
-0.4	-2.4	2.3	3.2	3.4	4.1	6.0	Autres magasins de produits durables
3.5	1.4	9.5	10.3	9.4	4.6	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>0.5</b>	<b>-0.2</b>	<b>5.5</b>	<b>5.6</b>	<b>3.6</b>	<b>2.9</b>	<b>4.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
3.5	-4.7	5.7	6.6	7.2	5.6	6.4	Terre-Neuve
4.0	-2.4	10.0	11.9	7.1	3.7	6.7	Île-du-Prince-Édouard
5.7	-4.3	3.5	9.2	5.4	-0.2	4.5	Nouvelle-Écosse
3.9	0.6	7.7	7.0	7.9	2.5	5.7	Nouveau-Brunswick
0.1	-0.7	5.2	6.6	5.5	3.9	5.8	Québec
0.9	0.3	8.5	7.3	4.8	4.9	6.6	Ontario
-1.6	-1.3	2.2	1.4	1.0	0.6	2.2	Manitoba
--	1.0	0.9	1.6	0.7	-0.3	-0.4	Saskatchewan
-0.3	-0.8	3.2	3.3	--	0.7	1.9	Alberta
-0.9	1.5	1.2	1.3	-0.4	-0.5	--	Colombie-Britannique
1.8	1.9	3.4	7.8	9.9	7.5	5.6	Yukon
-5.3	2.0						Nunavut
9.1	-11.5						Territoires du Nord Ouest







Table 2

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)

	Sales Ventes				
	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,984.5	4,559.3	4,700.0	4,520.1	31,513.2
All other food stores	384.7	379.3	379.3	351.1	2,477.5
Drugs and patent medicine stores	1,104.5	1,094.2	1,094.1	1,092.4	7,569.3
Shoe stores	128.3	140.2	165.0	143.1	875.3
Men's clothing stores	115.6	125.9	126.3	115.2	758.0
Women's clothing stores	370.4	371.5	402.4	363.0	2,342.1
Other clothing stores	523.3	507.6	540.8	501.4	3,283.9
Household furniture and appliance stores	951.1	911.4	834.8	775.1	5,696.9
Household furnishings stores	221.8	215.9	205.1	193.1	1,348.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,202.2	6,877.1	6,464.1	6,457.2	40,830.9
Gasoline service stations	1,582.6	1,467.5	1,453.1	1,344.8	9,393.4
Automotive parts, accessories and services	1,335.5	1,391.3	1,366.5	1,236.3	8,367.0
General merchandise stores	2,411.1	2,388.0	2,452.6	2,266.7	15,183.3
Other semi-durable goods stores	756.1	762.9	806.1	629.6	4,500.0
Other durable goods stores	605.1	569.1	583.0	533.0	3,660.1
Other retail stores	1,257.9	1,107.6	1,091.4	958.5	6,855.5
<b>Total, all stores</b>	<b>22,934.7</b>	<b>22,868.9</b>	<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>	<b>144,655.5</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	375.9	373.8	371.0	335.8	2,299.1
Prince Edward Island	119.7	109.6	98.8	85.2	629.3
Nova Scotia	717.8	726.1	701.6	643.3	4,459.0
New Brunswick	592.6	584.5	577.4	523.6	3,558.5
Quebec	5,352.7	5,335.0	5,497.5	5,255.0	34,158.3
Ontario	8,726.8	8,828.9	8,613.5	8,067.2	54,909.5
Manitoba	772.7	776.6	761.8	748.6	5,010.2
Saskatchewan	671.1	673.9	652.8	633.8	4,268.4
Alberta	2,527.9	2,504.9	2,466.9	2,351.6	16,043.8
British Columbia	2,993.2	2,874.0	2,846.7	2,767.4	18,820.3
Yukon	33.3	32.4	30.3	25.8	187.4
Nunavut	14.9	14.2	14.9	15.4	98.3
Northwest Territories	36.2	35.0	31.1	27.7	213.1







Tableau 2

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
3.7	2.6	-0.5	3.4	2.1
-0.3	2.7	-0.6	-2.9	0.6
1.5	3.0	0.7	3.3	3.2
-1.6	-4.0	-4.8	0.3	-1.9
2.1	-5.3	-4.7	-2.4	-3.7
3.3	3.8	-2.0	0.2	1.4
10.3	7.8	9.4	11.6	8.6
10.8	12.1	8.6	6.9	9.4
7.0	1.5	6.3	4.4	4.6
6.6	5.7	-1.6	3.2	5.2
8.7	7.2	6.3	5.1	2.7
0.8	7.5	3.0	0.3	3.8
9.7	10.1	6.8	3.5	7.4
6.0	7.3	3.2	1.1	4.5
1.8	3.0	2.4	4.4	6.0
12.2	11.6	7.0	5.8	7.9
<b>5.9</b>	<b>5.9</b>	<b>1.7</b>	<b>3.4</b>	<b>4.5</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>				
<b>Régions</b>				
7.1	7.5	5.8	6.7	6.6
13.0	12.2	5.6	5.1	7.6
4.3	8.2	4.2	1.0	4.4
9.2	7.9	6.3	3.3	6.1
5.5	7.2	3.1	4.6	5.6
8.8	8.1	2.8	5.0	6.6
2.6	1.1	-1.7	2.0	2.0
1.4	2.3	-1.3	0.3	-0.2
4.0	2.5	-1.6	0.6	1.9
1.8	0.6	-2.3	0.7	--
2.8	7.3	10.6	6.6	5.7
Yukon				
Nunavut				
Territoires du Nord Ouest				







**Table 3**  
**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	13,779.4	12,749.3	13,584.3	13,696.0	13,542.7
All other food stores	1,109.8	983.1	1,149.8	1,090.5	1,112.4
Drugs and patent medicine stores	3,280.8	3,184.1	3,495.8	3,202.6	3,206.4
Shoe stores	448.3	298.7	481.6	426.4	462.2
Men's clothing stores	367.4	275.1	560.5	347.6	383.4
Women's clothing stores	1,136.9	834.8	1,360.3	1,094.6	1,130.6
Other clothing stores	1,549.8	1,210.9	2,088.0	1,622.6	1,414.4
Household furniture and appliance stores	2,521.3	2,224.5	3,154.8	2,602.2	2,306.6
Household furnishings stores	614.0	513.0	719.6	627.0	590.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19,798.3	14,830.3	14,844.9	16,607.8	19,329.4
Gasoline service stations	4,265.3	3,545.5	3,855.8	4,164.4	4,015.1
Automotive parts, accessories and services	3,994.1	3,037.4	3,935.6	3,668.0	3,853.8
General merchandise stores	7,107.2	5,664.9	9,323.8	6,689.9	6,654.1
Other semi-durable goods stores	2,198.6	1,545.4	2,509.3	2,113.4	2,115.0
Other durable goods stores	1,685.1	1,369.9	2,151.1	1,742.1	1,632.5
Other retail stores	3,157.5	2,440.0	3,308.2	3,135.1	2,919.1
<b>Total, all stores</b>	<b>67,013.8</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>	<b>64,668.5</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	284.4	256.0	279.1	280.1	277.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	58.4	55.4	66.2	55.3	57.8
Shoe stores	3.6	2.5	4.6	3.7	3.7
Men's clothing stores	3.7	2.6	7.9	4.2	4.8
Women's clothing stores	13.3	9.1	21.4	13.3	12.6
Other clothing stores	12.8	10.2	24.7	16.3	12.3
Household furniture and appliance stores	29.2	24.2	43.7	29.7	23.5
Household furnishings stores	2.0	1.6	2.8	2.2	2.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	323.6	205.6	178.3	241.8	290.4
Gasoline service stations	71.0	60.8	76.1	82.4	75.9
Automotive parts, accessories and services	55.1	39.6	61.7	51.1	49.3
General merchandise stores	138.7	111.6	210.0	136.4	127.3
Other semi-durable goods stores	23.7	15.4	28.5	22.4	20.2
Other durable goods stores	11.0	7.6	17.5	12.1	9.5
Other retail stores	36.6	30.3	43.3	38.8	36.1
<b>Total, all stores</b>	<b>1,080.7</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>	<b>1,012.7</b>







Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
1.7	1.8	2.8	2.7	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-0.2	1.8	0.8	0.3	3.8	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	4.8	3.0	6.0	7.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.0	-0.5	-3.0	0.6	4.9	Magasins de chaussures
-4.2	-5.2	1.5	-0.5	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
0.6	1.8	--	-0.3	3.8	Magasins de vêtements pour femmes
9.6	6.8	7.5	9.1	6.7	Autres magasins de vêtements
9.3	8.8	9.0	8.8	7.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.9	4.4	7.3	6.6	1.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.4	8.4	-3.6	5.3	2.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.2	-3.4	-8.0	-5.5	-4.3	Stations-service
3.6	5.5	10.4	0.9	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.8	7.1	4.2	6.0	8.0	Magasins de marchandises diverses
4.0	4.4	3.2	-0.6	-1.1	Autres magasins de produits semi-durables
3.2	11.9	7.3	11.3	16.0	Autres magasins de produits durables
8.2	5.5	7.3	5.7	8.1	Autres magasins de vente au détail
<b>3.6</b>	<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
2.7	1.3	4.6	-2.1	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.0	-2.8	-2.2	-5.8	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.7	4.2	-4.2	-	-2.6	Magasins de chaussures
-22.9	-7.1	33.9	55.6	45.5	Magasins de vêtements pour hommes
5.6	5.8	1.4	-0.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
4.1	15.9	-	2.5	1.7	Autres magasins de vêtements
24.3	30.1	23.1	9.2	-6.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	6.7	-12.5	-	-9.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.4	17.4	1.0	5.2	3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-6.5	-11.6	-0.9	-0.4	-4.0	Stations-service
11.8	7.9	16.9	3.4	-1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.0	9.1	4.7	6.7	9.0	Magasins de marchandises diverses
17.3	18.5	-5.0	-14.5	-16.5	Autres magasins de produits semi-durables
15.8	16.9	7.4	2.5	-2.1	Autres magasins de produits durables
1.4	6.3	6.1	2.9	7.1	Autres magasins de vente au détail
<b>6.7</b>	<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>







Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	74.0	63.7	64.9	70.8	63.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	17.2	16.6	19.6	18.4	17.7
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	5.7	4.0	9.7	8.8	5.1
Household furniture and appliance stores	7.1	5.9	8.8	6.4	6.2
Household furnishings store	4.0	3.0	4.6	4.9	4.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	70.9	45.4	44.6	56.0	70.1
Gasoline service stations	27.7	20.9	24.3	31.8	27.1
Automotive parts, accessories and services	19.9	12.6	19.1	18.2	18.8
General merchandise stores	22.8	16.3	31.6	22.7	21.4
Other semi-durable goods stores	12.6	7.9	12.5	17.5	11.9
Other durable goods stores	6.0	3.0	6.1	5.5	3.9
Other retail stores	13.5	8.9	13.5	16.2	12.1
<b>Total, all stores</b>	<b>293.7</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>	<b>272.5</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	496.3	455.1	487.5	494.1	469.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	125.8	124.6	139.9	130.0	126.4
Shoe stores	6.8	4.7	7.8	6.9	7.2
Men's clothing stores	4.6	3.3	8.1	4.4	4.9
Women's clothing stores	32.1	23.8	44.7	32.4	29.0
Other clothing stores	32.3	25.7	55.4	38.3	28.7
Household furniture and appliance stores	51.0	45.9	68.5	51.4	43.6
Household furnishings store	14.5	11.8	15.2	10.3	8.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	600.6	431.7	431.1	495.2	601.8
Gasoline service stations	152.6	117.1	132.6	146.5	131.1
Automotive parts, accessories and services	116.9	86.6	124.4	110.0	113.2
General merchandise stores	207.6	164.2	311.5	198.3	190.1
Other semi-durable goods stores	59.5	45.0	79.0	68.8	66.0
Other durable goods stores	38.7	31.4	57.4	42.4	38.0
Other retail stores	107.7	80.3	113.0	112.7	99.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,071.0</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>	<b>1,981.1</b>







Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
16.5	11.4	5.4	9.6	7.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.8	-1.8	3.2	5.7	3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
11.8	2.6	6.6	20.5	10.9	Autres magasins de vêtements
14.5	5.4	10.0	16.4	24.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	25.0	43.8	104.2	66.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.1	6.8	-4.1	-2.4	10.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.2	-15.4	-24.5	-18.7	-9.1	Stations-service
5.9	9.6	26.5	14.5	13.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	-3.0	-5.4	-6.2	2.9	Magasins de marchandises diverses
5.9	8.2	1.6	1.2	-12.5	Autres magasins de produits semi-durables
53.8	15.4	13.0	19.6	14.7	Autres magasins de produits durables
11.6	7.2	18.4	14.9	11.0	Autres magasins de vente au détail
<b>7.8</b>	<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>6.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.8	2.3	3.5	-5.4	-0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.5	-1.7	1.6	8.2	10.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.6	-	-4.9	-4.2	1.4	Magasins de chaussures
-6.1	-10.8	3.8	2.3	2.1	Magasins de vêtements pour hommes
10.7	19.0	14.9	17.0	14.6	Magasins de vêtements pour femmes
12.5	11.3	9.9	16.1	11.2	Autres magasins de vêtements
17.0	13.1	11.9	14.5	13.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
64.8	51.3	34.5	14.4	17.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.2	3.1	0.3	-3.8	-0.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.4	-1.5	5.6	14.7	15.0	Stations-service
3.3	9.3	10.2	-8.0	9.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.2	9.6	6.9	8.4	12.8	Magasins de marchandises diverses
-9.8	6.9	11.1	18.6	13.8	Autres magasins de produits semi-durables
1.8	18.5	11.9	18.4	23.4	Autres magasins de produits durables
8.7	5.8	6.2	8.4	3.1	Autres magasins de vente au détail
<b>4.5</b>	<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>4.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>







Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998	Quarter II 1998
	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III	Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	398.3	353.8	392.0	389.0	376.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	84.7	80.3	91.5	82.3	80.7
Shoe stores	6.7	4.1	7.4	6.0	5.7
Men's clothing stores	5.8	5.1	11.4	6.3	5.9
Women's clothing stores	21.0	14.4	28.6	20.1	19.6
Other clothing stores	27.4	21.5	44.2	32.7	25.6
Household furniture and appliance stores	40.9	37.6	58.1	42.2	38.4
Household furnishings stores	12.2	9.5	14.6	12.9	11.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	542.3	336.5	300.6	402.7	504.7
Gasoline service stations	110.8	96.2	114.0	127.3	111.8
Automotive parts, accessories and services	106.3	73.6	108.4	97.3	102.5
General merchandise stores	167.1	129.3	246.3	165.2	159.2
Other semi-durable goods stores	50.2	37.8	56.1	47.6	47.1
Other durable goods stores	25.3	18.6	38.1	26.8	23.7
Other retail stores	68.1	49.0	71.8	73.6	63.2
<b>Total, all stores</b>	<b>1,685.5</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>	<b>1,591.7</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,598.1	3,334.3	3,506.8	3,498.5	3,423.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	689.6	681.0	730.6	716.1	730.4
Shoe stores	155.2	88.6	170.0	141.5	163.4
Men's clothing stores	86.2	60.3	120.9	78.0	93.8
Women's clothing stores	317.5	219.6	356.6	307.6	332.6
Other clothing stores	433.2	303.0	492.7	434.1	405.7
Household furniture and appliance stores	697.6	543.4	802.1	708.5	634.7
Household furnishings stores	120.1	90.2	135.8	125.8	127.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,045.2	3,580.8	3,526.2	3,976.1	4,675.6
Gasoline service stations	827.6	711.4	757.9	783.0	746.5
Automotive parts, accessories and services	1,008.3	722.2	978.2	870.5	980.6
General merchandise stores	1,439.3	1,116.8	1,741.5	1,322.1	1,357.3
Other semi-durable goods stores	460.8	299.5	477.7	479.3	495.9
Other durable goods stores	367.0	292.7	427.4	352.7	344.4
Other retail stores	511.2	371.0	513.6	446.0	473.9
<b>Total, all stores</b>	<b>16,087.4</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>	<b>15,334.7</b>







Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
5.9	2.5	6.9	4.8	4.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.0	2.7	4.0	12.6	0.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
17.5	13.9	8.8	-1.6	3.6	Magasins de chaussures
-1.7	18.6	20.0	14.5	7.3	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	7.5	2.9	-3.8	-5.8	Magasins de vêtements pour femmes
7.0	10.3	10.2	19.8	14.8	Autres magasins de vêtements
6.5	15.3	11.1	12.5	4.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.3	13.1	10.6	-2.3	0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.4	8.2	-17.8	6.5	5.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-0.9	-12.4	-6.5	0.5	15.6	Stations-service
3.7	7.9	23.0	12.6	16.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	4.9	4.6	7.1	10.1	Magasins de marchandises diverses
6.6	37.5	11.3	6.0	8.0	Autres magasins de produits semi-durables
6.8	10.1	10.4	13.6	25.4	Autres magasins de produits durables
7.8	10.1	22.1	20.7	20.6	Autres magasins de vente au détail
<b>5.9</b>	<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>7.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
5.1	4.1	6.1	3.6	0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-5.6	-2.4	-2.6	3.6	11.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.0	-2.1	-3.6	-2.5	1.7	Magasins de chaussures
-8.1	-0.3	5.4	2.0	-6.8	Magasins de vêtements pour hommes
-4.5	-4.3	-7.5	-5.4	9.2	Magasins de vêtements pour femmes
6.8	7.4	9.2	9.7	6.5	Autres magasins de vêtements
9.9	12.7	9.7	9.5	5.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-5.6	6.7	9.3	5.2	3.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.9	15.5	1.3	0.9	-2.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.9	-0.9	-10.5	-9.4	-14.4	Stations-service
2.8	-2.1	4.2	-3.5	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.0	6.3	3.5	6.9	9.3	Magasins de marchandises diverses
-7.1	-8.4	4.3	-5.0	-1.4	Autres magasins de produits semi-durables
6.6	22.3	8.4	13.6	20.3	Autres magasins de produits durables
7.9	12.7	13.7	-0.4	8.3	Autres magasins de vente au détail
<b>4.9</b>	<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>1.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>







Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,376.3	4,053.3	4,279.8	4,351.2	4,400.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,395.9	1,339.0	1,450.5	1,330.3	1,311.6
Shoe stores	171.5	121.1	179.1	162.2	173.9
Men's clothing stores	158.9	116.7	240.4	149.0	159.9
Women's clothing stores	458.4	336.0	555.3	426.5	441.1
Other clothing stores	594.1	473.4	827.5	580.2	500.4
Household furniture and appliance stores	923.6	819.0	1,121.1	937.5	819.5
Household furnishings stores	258.5	219.1	307.5	261.9	236.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,606.1	5,688.7	5,738.6	6,249.6	7,367.5
Gasoline service stations	1,656.7	1,392.1	1,491.6	1,548.4	1,498.4
Automotive parts, accessories and services	1,555.1	1,191.3	1,507.1	1,410.7	1,472.1
General merchandise stores	2,811.2	2,215.1	3,744.1	2,609.3	2,590.2
Other semi-durable goods stores	972.7	678.3	1,120.1	890.1	875.3
Other durable goods stores	669.7	532.0	881.9	688.3	644.7
Other retail stores	1,405.9	1,071.0	1,460.5	1,413.9	1,260.2
<b>Total, all stores</b>	<b>25,509.6</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>	<b>24,226.1</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	532.3	491.0	536.7	535.1	534.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	68.8	69.5	76.1	69.4	67.8
Shoe stores	12.3	8.9	15.5	12.5	12.8
Men's clothing stores	11.8	7.9	17.0	9.3	11.3
Women's clothing stores	30.1	21.9	34.4	27.2	27.4
Other clothing stores	45.3	37.5	67.3	48.3	43.4
Household furniture and appliance stores	74.6	72.6	103.2	80.2	71.5
Household furnishings stores	14.1	10.8	14.5	13.2	12.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	710.9	597.4	631.4	671.8	746.4
Gasoline service stations	162.0	139.5	144.4	156.3	151.9
Automotive parts, accessories and services	123.0	98.4	123.1	118.0	119.7
General merchandise stores	279.3	224.9	372.8	263.9	267.0
Other semi-durable goods stores	54.3	41.6	74.6	48.7	50.1
Other durable goods stores	55.9	41.2	61.7	52.2	54.6
Other retail stores	94.0	72.3	103.8	90.6	87.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,287.0</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>	<b>2,276.9</b>







Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
-0.5	0.2	1.4	4.9	7.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.4	10.5	10.5	15.1	17.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.4	2.5	-4.5	1.1	5.8	Magasins de chaussures
-0.6	-3.5	2.0	-1.3	0.6	Magasins de vêtements pour hommes
3.9	4.1	5.6	3.6	0.9	Magasins de vêtements pour femmes
18.7	9.0	10.6	11.1	9.5	Autres magasins de vêtements
12.7	8.9	13.4	13.7	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.4	4.4	13.7	12.2	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.2	12.0	-0.3	12.7	11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.6	3.6	-6.6	-6.2	-5.9	Stations-service
5.6	12.1	15.7	4.6	6.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.5	9.0	5.9	6.6	8.4	Magasins de marchandises diverses
11.1	9.6	5.2	4.5	1.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.9	12.0	9.7	13.2	15.6	Autres magasins de produits durables
11.6	4.7	7.6	7.7	9.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.3</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>8.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
-0.4	-1.0	5.0	3.5	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.5	3.0	-0.3	3.6	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.9	-1.1	11.5	12.6	10.3	Magasins de chaussures
4.4	1.3	4.9	-5.1	-2.6	Magasins de vêtements pour hommes
9.9	9.0	3.3	2.6	1.1	Magasins de vêtements pour femmes
4.4	4.5	2.3	4.3	4.6	Autres magasins de vêtements
4.3	5.5	11.7	6.2	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.0	1.9	-6.5	-9.6	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
-4.8	5.1	-7.7	2.2	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.6	5.0	-2.9	-0.4	0.2	Stations-service
2.8	12.3	7.4	-0.9	--	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	5.5	2.8	4.9	5.4	Magasins de marchandises diverses
8.4	6.1	-2.6	-10.6	-6.0	Autres magasins de produits semi-durables
2.4	4.8	-	8.8	12.8	Autres magasins de produits durables
7.9	6.6	5.1	7.3	6.7	Autres magasins de vente au détail
<b>0.4</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>







Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	466.0	425.5	473.0	484.8	478.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	95.8	97.8	106.1	98.3	96.9
Shoe stores	6.2	4.6	6.5	5.8	7.2
Men's clothing stores	8.2	6.4	13.0	8.1	9.1
Women's clothing stores	25.7	18.9	30.6	24.1	24.7
Other clothing stores	39.3	31.1	55.7	41.8	37.9
Household furniture and appliance stores	57.2	55.2	81.6	59.5	53.1
Household furnishings stores	19.3	15.8	20.6	19.5	18.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	530.3	411.0	462.6	490.3	542.8
Gasoline service stations	154.6	126.1	137.8	151.5	141.8
Automotive parts, accessories and services	130.8	103.6	139.6	142.8	126.5
General merchandise stores	251.5	204.5	325.8	240.9	238.5
Other semi-durable goods stores	47.9	35.2	57.0	43.6	49.6
Other durable goods stores	46.0	35.2	61.3	46.3	45.3
Other retail stores	67.8	53.7	75.4	71.4	67.2
<b>Total, all stores</b>	<b>1,960.5</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>	<b>1,952.2</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,572.6	1,463.9	1,593.4	1,578.7	1,536.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	311.6	300.3	338.7	288.3	294.1
Shoe stores	33.7	25.4	37.1	35.9	36.8
Men's clothing stores	44.9	37.7	72.3	43.6	49.0
Women's clothing stores	102.7	83.4	126.9	104.3	102.2
Other clothing stores	167.4	141.6	247.6	215.6	180.4
Household furniture and appliance stores	304.8	288.1	416.2	318.5	286.9
Household furnishings store	72.0	63.0	85.6	75.5	73.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,133.3	1,701.5	1,771.9	1,927.7	2,245.2
Gasoline service stations	491.2	406.4	435.7	484.5	470.1
Automotive parts, accessories and services	429.5	328.4	433.2	417.3	423.1
General merchandise stores	793.8	653.3	1,059.1	769.5	754.0
Other semi-durable goods stores	210.7	159.5	253.8	198.2	200.5
Other durable goods stores	197.8	161.1	256.1	212.2	200.5
Other retail stores	413.3	336.8	435.2	411.5	384.8
<b>Total, all stores</b>	<b>7,323.5</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>	<b>7,289.7</b>







Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Groupe de commerce
Per cent - Pourcentage					
-2.5	-0.9	1.9	4.5	9.4	<b>Saskatchewan</b>
x	x	x	x	x	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-1.1	0.9	0.6	2.0	6.1	Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-13.9	-14.8	-7.1	-10.8	-4.0	Magasins de chaussures
-9.9	-11.1	-3.0	-3.6	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes
4.0	-5.0	-9.7	-9.7	-13.3	Magasins de vêtements pour femmes
3.7	11.5	5.3	10.9	9.9	Autres magasins de vêtements
7.7	2.4	-2.6	5.7	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.3	1.9	-8.4	-6.3	-4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.3	-7.4	-15.6	-5.4	-9.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
9.0	0.2	-1.6	-0.4	-3.5	Stations-service
3.4	-	12.1	7.1	-9.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.5	4.6	2.1	5.7	6.5	Magasins de marchandises diverses
-3.4	-7.1	-14.7	-3.5	-5.7	Autres magasins de produits semi-durables
1.5	5.4	6.1	4.5	-0.4	Autres magasins de produits durables
0.9	1.9	-1.2	0.1	-3.6	Autres magasins de vente au détail
<b>0.4</b>	<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>-1.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
2.4	5.1	8.5	9.6	9.7	<b>Alberta</b>
x	x	x	x	x	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6.0	5.0	-1.8	-4.5	-9.8	Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-8.4	-4.2	-2.6	12.5	22.3	Magasins de chaussures
-8.4	-15.1	-4.5	1.6	9.1	Magasins de vêtements pour hommes
0.5	9.0	3.9	3.4	6.2	Magasins de vêtements pour femmes
-7.2	-3.1	0.4	7.2	6.2	Autres magasins de vêtements
6.2	4.8	7.3	8.0	15.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.3	2.8	4.9	10.1	1.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
-5.0	-0.4	-11.8	6.6	-2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.5	-5.1	-9.6	-7.0	-1.5	Stations-service
1.5	3.7	11.9	1.4	8.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.3	7.6	5.7	9.4	13.9	Magasins de marchandises diverses
5.1	8.2	2.4	-1.6	2.3	Autres magasins de produits semi-durables
-1.3	4.7	6.1	11.0	20.1	Autres magasins de produits durables
7.4	9.0	6.9	7.3	8.2	Autres magasins de vente au détail
<b>0.5</b>	<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>5.7</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>







Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,928.2	1,806.3	1,921.7	1,961.9	1,934.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	425.5	412.7	469.0	407.1	416.0
Shoe stores	50.9	37.8	51.8	50.0	49.8
Men's clothing stores	41.0	33.7	65.1	41.8	42.9
Women's clothing stores	130.6	104.1	154.8	133.2	136.3
Other clothing stores	189.5	160.8	259.3	202.9	171.7
Household furniture and appliance stores	331.1	328.7	446.3	363.6	325.5
Household furnishings stores	96.5	87.8	117.8	100.0	95.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,192.1	1,798.4	1,730.4	2,060.8	2,246.8
Gasoline service stations	597.2	462.6	529.5	638.2	647.6
Automotive parts, accessories and services	435.0	371.4	428.3	418.2	434.2
General merchandise stores	936.0	777.0	1,220.7	905.6	896.8
Other semi-durable goods stores	299.2	220.3	342.4	289.4	291.3
Other durable goods stores	262.0	243.5	337.2	297.2	262.4
Other retail stores	429.1	357.8	467.7	448.4	422.6
<b>Total, all stores</b>	<b>8,488.1</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>	<b>8,517.6</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	53.0	46.6	49.5	51.8	50.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	0.9	1.5	1.2	1.3
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.4	4.0	5.1	4.5	3.8
Household furnishings stores	0.8	0.5	0.8	0.9	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	29.3	35.9	38.2
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	60.0	52.0	60.5	56.0	52.4
Other semi-durable goods stores	7.0	4.9	7.6	7.9	7.2
Other durable goods stores	5.8	3.5	6.5	6.4	5.6
Other retail stores	10.4	8.9	10.3	12.1	12.9
<b>Total, all stores</b>	<b>226.9</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>	<b>213.2</b>







Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Colombie-Britannique</b>
-0.3	-0.2	-5.3	-6.1	3.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	4.7	-3.2	-6.1	-5.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.2	-2.1	-	0.4	3.1	Magasins de chaussures
-4.4	-9.4	-6.2	-8.7	-9.3	Magasins de vêtements pour hommes
-4.2	-1.7	-5.9	-4.4	3.4	Magasins de vêtements pour femmes
10.4	7.4	3.6	2.2	-1.8	Autres magasins de vêtements
1.7	5.9	-0.2	-2.5	-1.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.6	-1.0	-5.2	-3.2	-5.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.4	--	-7.4	-0.9	-5.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-7.8	-21.6	-13.2	-5.0	3.5	Stations-service
0.2	1.8	3.1	-4.0	3.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.4	3.7	-0.1	0.7	1.6	Magasins de marchandises diverses
2.7	2.6	-0.6	-7.4	-10.2	Autres magasins de produits semi-durables
-0.2	6.9	1.2	5.4	12.4	Autres magasins de produits durables
1.5	-2.0	0.8	2.1	4.2	Autres magasins de vente au détail
<b>-0.3</b>	<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>-0.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>
5.0	2.9	-	-1.3	0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-7.7	-	-16.7	-7.7	-7.1	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
15.8	5.3	-12.1	-4.3	-17.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	-44.4	-20.0	12.5	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	-4.9	-3.0	-14.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
14.5	6.3	-1.1	2.9	-6.1	Magasins de marchandises diverses
-2.8	-	-11.6	-10.2	-1.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	-2.8	12.1	18.5	-3.4	Autres magasins de produits durables
-19.4	2.3	-	7.1	27.7	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>4.5</b>	<b>-0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>-2.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>







Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	25.0	22.0	24.1	26.6	24.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	13.1	16.0	16.5
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.7	2.2	3.8	4.5	3.4
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>88.5</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>	<b>81.8</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	20.0	17.9			
All other food stores	x	x			
Drugs and patent medicine stores	x	x			
Shoe stores	x	x			
Men's clothing stores	x	x			
Women's clothing stores	x	x			
Other clothing stores	x	x			
Household furniture and appliance stores	x	x			
Household furnishings stores	x	x			
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.5	x			
Gasoline service stations	4.6	6.2			
Automotive parts, accessories and services	x	x			
General merchandise stores	x	x			
Other semi-durable goods stores	2.6	1.9			
Other durable goods stores	2.9	1.8			
Other retail stores	x	x			
<b>Total, all stores</b>	<b>93.8</b>	<b>83.2</b>			







Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
2.0	0.5	-3.2	1.5	-3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	-3.0	1.3	-23.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
8.8	-8.3	-13.6	-6.3	-10.5	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>8.2</b>	<b>4.0</b>	<b>-0.8</b>	<b>5.0</b>	<b>-3.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>







Table 3

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	8.0	6.7			
All other food stores	x	x			
Drugs and patent medicine stores	x	x			
Shoe stores	x	x			
Men's clothing stores	x	x			
Women's clothing stores	x	x			
Other clothing stores	x	x			
Household furniture and appliance stores	x	x			
Household furnishings stores	x	x			
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x			
Gasoline service stations	x	x			
Automotive parts, accessories and services	x	x			
General merchandise stores	x	x			
Other semi-durable goods stores	0.8	0.7			
Other durable goods stores	x	x			
Other retail stores	x	x			
<b>Total, all stores</b>	<b>44.6</b>	<b>38.8</b>			







Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
8.0	6.7				<b>Nunavut</b>
x	x				Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x				Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.8	0.7				Magasins de marchandises diverses
x	x				Autres magasins de produits semi-durables
x	x				Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
<b>44.6</b>	<b>38.8</b>				<b>Total, ensemble des magasins</b>







Table 4

Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)

	Response fraction Fraction de réponse			
	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	92.9	95.3	95.0	94.7
All other food stores	86.5	90.7	91.2	91.1
Drugs and patent medicine stores	88.1	91.2	91.0	91.2
Shoe stores	81.3	94.7	94.2	93.1
Men's clothing stores	90.4	91.9	92.5	93.1
Women's clothing stores	90.3	95.0	94.1	94.0
Other clothing stores	92.3	97.5	95.4	94.8
Household furniture and appliance stores	92.2	94.6	94.5	94.0
Household furnishings stores	86.3	88.7	86.7	86.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.7	96.0	95.8	95.4
Gasoline service stations	89.7	93.0	91.6	92.5
Automotive parts, accessories and services	91.2	93.1	93.7	91.9
General merchandise stores	98.7	99.3	99.4	99.4
Other semi-durable goods stores	88.9	91.4	92.1	92.3
Other durable goods stores	84.1	89.8	91.4	92.1
Other retail stores	91.2	95.5	95.8	94.7
<b>Total, all stores</b>	<b>92.4</b>	<b>95.1</b>	<b>94.9</b>	<b>94.6</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	94.0	97.4	97.2	97.4
Prince Edward Island	91.4	92.1	92.9	93.2
Nova Scotia	95.6	96.6	96.0	96.8
New Brunswick	88.5	95.3	94.5	94.8
Quebec	91.0	94.8	94.7	93.5
Ontario	92.6	95.3	95.1	94.8
Manitoba	91.4	95.2	93.9	95.0
Saskatchewan	92.9	94.1	94.4	94.8
Alberta	93.0	94.1	94.4	94.8
British Columbia	94.0	95.3	94.9	95.0
Yukon	86.3	92.6	90.6	92.4
Nunavut	89.4	97.1	99.6	92.8
Northwest Territories	86.3	94.3	95.2	94.3







Tableau 4

Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation			
July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril
Per cent – Pourcentage			
			<b>Groupe de commerce - Canada</b>
1.5	1.4	1.3	1.3 Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.3	5.0	4.9	4.9 Tous les autres magasins d'alimentation
2.1	2.1	2.1	2.1 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.7	3.0	2.6	2.6 Magasins de chaussures
3.1	3.0	3.0	3.1 Magasins de vêtements pour hommes
2.3	2.3	2.5	2.8 Magasins de vêtements pour femmes
1.9	1.9	1.6	2.1 Autres magasins de vêtements
4.3	5.2	4.6	3.0 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.8	3.6	3.8	3.6 Magasins d'accessoires d'ameublement
3.5	3.4	3.4	3.3 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.4	2.4	2.4	2.3 Stations-service
2.3	2.4	2.3	2.4 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.3	1.1	1.0	0.8 Magasins de marchandises diverses
4.9	4.4	4.6	3.7 Autres magasins de produits semi-durables
2.9	3.0	3.3	3.1 Autres magasins de produits durables
1.9	2.0	2.9	2.0 Autres magasins de vente au détail
<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1 Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>			
2.2	2.2	2.2	2.5 Terre-Neuve
1.8	1.7	1.8	1.4 Île-du-Prince-Édouard
4.5	3.8	3.7	4.3 Nouvelle-Écosse
3.0	3.9	3.5	3.3 Nouveau-Brunswick
3.0	3.1	3.1	2.9 Québec
1.9	2.0	1.9	2.0 Ontario
1.9	1.9	2.0	2.4 Manitoba
2.0	2.1	2.0	2.1 Saskatchewan
2.3	2.3	2.2	2.1 Alberta
1.7	1.7	1.7	1.5 Colombie-Britannique
0.5	0.4	0.3	0.3 Yukon
-	-	-	- Nunavut
-	-	-	- Territoires du Nord Ouest







Table 5

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)

	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,524.0	4,523.3	4,589.0	4,521.0	4,517.8	4,496.0	4,494.8
All other food stores	360.5	363.5	366.1	356.5	366.6	360.4	357.2
Drugs and patent medicine stores	1,121.4	1,112.4	1,113.0	1,106.3	1,115.5	1,112.8	1,102.1
Shoe stores	135.4	127.7	141.2	141.4	140.7	137.4	139.3
Men's clothing stores	128.6	123.5	127.0	127.4	129.2	128.5	126.0
Women's clothing stores	373.8	367.2	374.9	370.2	373.3	374.5	374.6
Other clothing stores	574.3	557.4	567.7	559.0	555.1	547.1	530.9
Household furniture and appliance stores	940.4	955.6	916.3	862.0	890.6	887.5	888.8
Household furnishings stores	213.5	201.4	209.2	208.2	206.0	206.1	205.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,831.2	5,661.6	5,479.1	5,623.4	5,689.0	5,601.6	5,544.3
Gasoline service stations	1,418.4	1,392.9	1,401.0	1,392.6	1,318.0	1,286.5	1,287.4
Automotive parts, accessories and services	1,219.2	1,245.2	1,238.7	1,229.5	1,228.0	1,196.7	1,253.0
General merchandise stores	2,535.0	2,482.1	2,490.1	2,446.3	2,440.4	2,436.1	2,490.7
Other semi-durable goods stores	721.8	710.9	711.6	700.3	712.7	682.5	706.9
Other durable goods stores	581.3	579.2	582.5	584.7	599.0	596.1	616.1
Other retail stores	1,057.7	1,058.6	1,062.1	1,025.9	1,012.0	1,015.3	1,007.8
<b>Total, all stores</b>	<b>21,736.5</b>	<b>21,462.4</b>	<b>21,369.4</b>	<b>21,254.7</b>	<b>21,294.1</b>	<b>21,065.0</b>	<b>21,125.0</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	342.2	347.4	346.9	335.3	352.0	335.9	333.6
Prince Edward Island	97.7	98.7	93.9	90.3	92.5	89.3	89.3
Nova Scotia	663.9	689.0	668.5	632.2	660.6	660.0	654.5
New Brunswick	540.7	534.7	543.9	523.4	520.5	513.2	509.2
Quebec	5,012.1	4,949.7	4,989.6	4,983.1	5,019.6	4,955.4	4,965.9
Ontario	8,384.7	8,232.9	8,187.7	8,111.1	8,085.2	7,976.2	7,960.1
Manitoba	744.5	738.9	730.1	741.7	751.3	746.2	750.8
Saskatchewan	639.8	634.9	634.5	634.6	628.3	622.8	635.4
Alberta	2,432.3	2,385.5	2,340.4	2,347.2	2,366.3	2,355.5	2,374.2
British Columbia	2,805.0	2,777.3	2,761.8	2,785.7	2,744.9	2,738.3	2,780.9
Yukon	27.1	27.6	27.7	27.2	26.7	28.0	26.1
Nunavut	14.1	15.0	14.4	15.2	14.9	13.5	14.3
Northwest Territories	32.2	30.6	30.1	27.6	31.2	30.6	30.5







Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,457.9	4,489.0	4,454.7	4,465.5	4,435.4	4,479.5	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
358.9	357.2	366.0	357.1	359.6	362.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,070.4	1,079.6	1,084.4	1,078.0	1,090.8	1,095.5	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments
						brevetés
139.2	133.7	135.1	134.9	138.0	138.4	Magasins de chaussures
129.0	133.4	131.4	132.8	133.8	130.6	Magasins de vêtements pour hommes
361.8	372.6	362.1	363.7	364.8	366.5	Magasins de vêtements pour femmes
517.8	542.0	540.3	534.6	535.2	531.3	Autres magasins de vêtements
881.6	866.9	856.5	849.6	863.9	871.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
207.6	219.0	206.1	203.4	204.0	199.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,464.6	5,429.7	5,246.4	5,564.1	5,462.6	5,374.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,276.6	1,273.5	1,289.2	1,291.8	1,303.7	1,310.3	Stations-service
1,226.7	1,218.1	1,222.4	1,201.6	1,189.4	1,200.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,369.8	2,341.2	2,349.6	2,342.7	2,318.5	2,337.0	Magasins de marchandises diverses
688.5	711.7	706.6	693.6	680.1	681.1	Autres magasins de produits semi-durables
567.1	571.5	575.3	571.1	562.5	568.1	Autres magasins de produits durables
985.1	995.9	985.1	985.0	973.8	965.7	Autres magasins de vente au détail
<b>20,702.5</b>	<b>20,734.9</b>	<b>20,511.1</b>	<b>20,769.5</b>	<b>20,616.1</b>	<b>20,611.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
323.3	333.6	329.4	331.3	317.4	323.6	Terre-Neuve
85.8	86.2	85.6	87.6	88.0	88.8	Île-du-Prince-Édouard
651.1	646.1	641.0	639.0	640.2	641.6	Nouvelle-Écosse
493.8	496.0	486.1	497.7	497.4	502.2	Nouveau-Brunswick
4,823.3	4,834.1	4,775.3	4,782.1	4,768.2	4,766.3	Québec
7,775.3	7,835.7	7,739.0	7,823.5	7,788.5	7,726.7	Ontario
737.4	735.1	726.3	752.2	730.1	728.7	Manitoba
629.6	626.6	625.4	651.9	638.9	634.3	Saskatchewan
2,360.4	2,347.0	2,316.3	2,408.2	2,342.6	2,357.6	Alberta
2,752.4	2,725.1	2,718.6	2,727.0	2,736.3	2,773.0	Colombie-Britannique
26.2	26.2	25.7	26.3	26.7	26.2	Yukon
						Nunavut
						Territoires du Nord Ouest







Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,984.5	4,559.3	4,700.0	4,520.1	4,289.5	3,981.0	4,478.8
All other food stores	384.7	379.3	379.3	351.1	345.5	315.8	321.8
Drugs and patent medicine stores	1,104.5	1,094.2	1,094.1	1,092.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5
Shoe stores	128.3	140.2	165.0	143.1	109.0	81.3	108.4
Men's clothing stores	115.6	125.9	126.3	115.2	95.9	80.0	99.1
Women's clothing stores	370.4	371.5	402.4	363.0	308.3	252.2	274.3
Other clothing stores	523.3	507.6	540.8	501.4	466.9	356.9	387.0
Household furniture and appliance stores	951.1	911.4	834.8	775.1	791.5	689.3	743.7
Household furnishings stores	221.8	215.9	205.1	193.1	194.5	160.1	158.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,202.2	6,877.1	6,464.1	6,457.2	6,102.2	4,535.2	4,192.9
Gasoline service stations	1,582.6	1,467.5	1,453.1	1,344.8	1,255.9	1,106.0	1,183.5
Automotive parts, accessories and services	1,335.5	1,391.3	1,366.5	1,236.3	1,094.7	899.7	1,043.0
General merchandise stores	2,411.1	2,388.0	2,452.6	2,266.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7
Other semi-durable goods stores	756.1	762.9	806.1	629.6	553.7	478.6	513.0
Other durable goods stores	605.1	569.1	583.0	533.0	469.0	423.3	477.6
Other retail stores	1,257.9	1,107.6	1,091.4	958.5	863.0	776.8	800.3
<b>Total, all stores</b>	<b>22,934.7</b>	<b>22,868.9</b>	<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	375.9	373.8	371.0	335.8	323.3	256.8	262.5
Prince Edward Island	119.7	109.6	98.8	85.2	80.4	66.3	69.3
Nova Scotia	717.8	726.1	701.6	643.3	605.6	526.1	538.5
New Brunswick	592.6	584.5	577.4	523.6	478.8	398.4	403.2
Quebec	5,352.7	5,335.0	5,497.5	5,255.0	4,743.3	3,903.2	4,071.6
Ontario	8,726.8	8,828.9	8,613.5	8,067.2	7,611.6	6,415.9	6,645.6
Manitoba	772.7	776.6	761.8	748.6	714.7	600.6	635.2
Saskatchewan	671.1	673.9	652.8	633.8	585.4	500.4	551.0
Alberta	2,527.9	2,504.9	2,466.9	2,351.6	2,279.7	1,898.1	2,014.7
British Columbia	2,993.2	2,874.0	2,846.7	2,767.4	2,652.4	2,276.0	2,410.6
Yukon	33.3	32.4	30.3	25.8	24.6	20.6	20.4
Nunavut	14.9	14.2	14.9	15.4	14.5	12.0	12.4
Northwest Territories	36.2	35.0	31.1	27.7	31.3	25.6	26.2







Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,739.8	4,180.4	4,664.1	4,382.8	4,504.8	4,808.4	31,513.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
443.2	339.7	366.9	345.6	359.2	385.8	2,477.5	Tous les autres magasins d'alimentation
1,342.0	1,055.7	1,098.1	1,051.8	1,063.0	1,087.8	7,569.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
176.8	150.5	154.4	148.2	147.9	130.4	875.3	Magasins de chaussures
262.2	158.5	139.8	122.3	112.1	113.2	758.0	Magasins de vêtements pour hommes
583.8	394.6	381.8	387.7	348.5	358.4	2,342.1	Magasins de vêtements pour femmes
892.5	607.1	588.3	565.3	582.9	474.4	3,283.9	Autres magasins de vêtements
1,306.5	944.1	904.1	883.0	860.9	858.2	5,696.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
264.0	237.1	218.5	210.8	209.0	207.3	1,348.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
4,732.2	4,926.3	5,186.3	5,580.8	5,206.4	5,820.6	40,830.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,261.3	1,254.1	1,340.3	1,302.3	1,406.6	1,455.6	9,393.4	Stations-service
1,349.6	1,317.5	1,268.5	1,183.2	1,160.0	1,324.8	8,367.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3,953.3	2,863.6	2,507.0	2,238.9	2,254.0	2,197.0	15,183.3	Magasins de marchandises diverses
1,073.3	749.8	686.2	699.3	700.8	713.4	4,500.0	Autres magasins de produits semi-durables
1,069.7	559.6	521.8	548.5	599.3	594.2	3,660.1	Autres magasins de produits durables
1,365.8	934.7	1,007.6	966.9	1,046.8	1,121.5	6,855.5	Autres magasins de vente au détail
<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>	<b>21,033.7</b>	<b>20,617.3</b>	<b>20,562.2</b>	<b>21,650.8</b>	<b>144,655.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
394.5	343.2	339.7	321.1	329.2	350.9	2,299.1	Terre-Neuve
102.9	84.0	86.6	86.6	98.7	105.9	629.3	Île-du-Prince-Édouard
788.4	654.7	656.3	621.3	656.2	688.1	4,459.0	Nouvelle-Écosse
590.6	499.4	508.3	497.5	509.2	542.9	3,558.5	Nouveau-Brunswick
5,432.2	4,712.7	4,933.4	4,758.4	4,746.9	5,075.9	34,158.3	Québec
9,604.9	7,943.4	7,861.9	7,818.3	7,634.3	8,022.8	54,909.5	Ontario
898.4	736.1	763.1	736.5	726.2	753.1	5,010.2	Manitoba
759.7	633.4	670.6	641.9	639.9	661.8	4,268.4	Saskatchewan
2,873.0	2,351.7	2,395.0	2,349.8	2,351.3	2,429.6	16,043.8	Alberta
3,293.2	2,651.0	2,750.8	2,717.7	2,797.5	2,941.6	18,820.3	Colombie-Britannique
28.2	23.4	25.5	26.6	30.6	32.4	187.4	Yukon
						98.3	Nunavut
						213.1	Territoires du Nord-Ouest







Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	104.6	101.1	102.9	92.4	641.2
Prince Edward Island	36.6	31.7	28.1	22.7	180.3
Nova Scotia	202.1	196.9	198.6	177.2	1,255.2
New Brunswick	155.3	150.3	151.3	139.6	954.7
Quebec	1,607.0	1,575.5	1,683.7	1,507.1	10,068.5
Ontario	2,879.8	2,876.7	2,905.7	2,632.2	18,144.1
Manitoba	219.8	217.8	217.9	210.9	1,403.2
Saskatchewan	200.5	204.2	200.0	192.9	1,302.3
Alberta	779.0	768.2	759.5	711.8	4,931.8
British Columbia	970.6	932.9	932.6	896.6	6,139.0
Yukon	7.5	7.0	5.8	5.3	39.1
Nunavut	12.1	11.4	12.2	12.1	78.6
Northwest Territories	12.4	13.2	11.9	11.7	80.2
<b>Total</b>	<b>7,187.4</b>	<b>7,086.8</b>	<b>7,210.1</b>	<b>6,612.6</b>	<b>45,218.2</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier
	Millions of dollars – Millions de dollars						
<b>Regions</b>							
Newfoundland	104.6	101.1	102.9	92.4	90.2	74.9	75.1
Prince Edward Island	36.6	31.7	28.1	22.7	22.7	19.0	19.5
Nova Scotia	202.1	196.9	198.6	177.2	178.9	147.0	154.5
New Brunswick	155.3	150.3	151.3	139.6	131.6	110.8	115.8
Quebec	1,607.0	1,575.5	1,683.7	1,507.1	1,321.8	1,117.2	1,256.2
Ontario	2,879.8	2,876.7	2,905.7	2,632.2	2,465.3	2,141.4	2,243.0
Manitoba	219.8	217.8	217.9	210.9	201.4	164.4	171.0
Saskatchewan	200.5	204.2	200.0	192.9	181.5	155.8	167.4
Alberta	779.0	768.2	759.5	711.8	700.2	594.6	618.5
British Columbia	970.6	932.9	932.6	896.6	873.2	737.0	796.1
Yukon	7.5	7.0	5.8	5.3	5.2	4.2	4.1
Nunavut	12.1	11.4	12.2	12.1	11.4	9.4	10.0
Northwest Territories	12.4	13.2	11.9	11.7	11.6	9.8	9.6
<b>Total</b>	<b>7,187.4</b>	<b>7,086.8</b>	<b>7,210.1</b>	<b>6,612.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>







Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
				<b>Régions</b>
8.2	8.6	10.4	5.7	8.3 Terre-Neuve
14.0	17.8	8.1	-2.6	7.7 Île-du-Prince-Édouard
5.3	8.5	7.3	0.6	6.4 Nouvelle-Écosse
7.3	7.0	6.3	3.6	7.2 Nouveau-Brunswick
2.7	2.6	1.8	0.8	2.8 Québec
10.2	10.4	7.7	7.5	8.9 Ontario
6.5	6.9	3.6	3.3	5.0 Manitoba
2.7	5.6	1.6	1.1	2.6 Saskatchewan
6.1	6.1	1.6	0.7	4.1 Alberta
4.9	4.1	1.0	3.2	3.5 Colombie-Britannique
4.2	6.1	1.8	12.8	2.9 Yukon
				Nunavut
				Territoires du Nord Ouest
<b>6.7</b>	<b>6.9</b>	<b>4.4</b>	<b>3.9</b>	<b>5.8 Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	July 1998 Juillet	Year 1999 Année
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Régions</b>
171.5	140.0	115.7	99.4	99.4	96.7	641.2 Terre-Neuve
44.9	30.0	28.1	27.5	32.9	32.1	180.3 Île-du-Prince-Édouard
334.3	243.2	210.0	190.1	201.1	191.9	1,255.2 Nouvelle-Écosse
247.8	184.3	164.2	148.6	148.8	144.8	954.7 Nouveau-Brunswick
2,214.4	1,623.4	1,617.6	1,556.1	1,545.8	1,564.0	10,068.5 Québec
4,456.2	3,135.9	2,835.5	2,729.2	2,692.7	2,613.3	18,144.1 Ontario
358.5	249.0	229.6	202.3	216.3	206.3	1,403.2 Manitoba
316.7	224.9	216.7	192.6	200.1	195.2	1,302.3 Saskatchewan
1,240.4	862.3	790.6	746.0	781.6	734.0	4,931.8 Alberta
1,502.0	999.9	962.4	935.6	929.6	925.6	6,139.0 Colombie-Britannique
8.5	5.8	6.7	6.4	7.9	7.2	39.1 Yukon
						78.6 Nunavut
						80.2 Territoires du Nord Ouest
<b>10,924.3</b>	<b>7,720.6</b>	<b>7,200.0</b>	<b>6,855.7</b>	<b>6,878.5</b>	<b>6,734.2</b>	<b>45,218.2 Total</b>







Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
<b>1997</b>		Millions \$	%	Millions \$	%
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3	0.5
June	110.0	22,868.9	5.9	20,787.7	4.5
July	109.5	22,934.7	5.9	20,940.7	4.0
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.







Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		<b>1997</b>
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Janvier
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Février
						Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	<b>...</b>	<b>220,955.1</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		<b>1998</b>
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Janvier
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Février
						Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	--		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	<b>...</b>	<b>229,054.6</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		<b>1999</b>
108.1	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Janvier
108.1	21,294.1	1.1	19,691.8	0.5		Février
						Mars
108.9	21,254.7	-0.2	19,519.5	-0.9		Avril
109.1	21,369.4	0.5	19,593.9	0.4		Mai
109.2	21,462.4	0.4	19,660.1	0.3		Juin
109.5	21,736.5	1.3	19,845.3	0.9		Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.















## APPENDIX I

### Définitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).







## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir







<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and auto supply stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, battery, parts and accessories stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (general repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and body repair shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler replacement shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor vehicle glass replacement shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other motor vehicle repair shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car washes	6391	Lave-autos
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and stationery stores	6511	Librairies et papeteries
6521	Florist shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and garden centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, glass and wallpaper stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and hobby stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, novelty and souvenir stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting goods stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical instrument stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and tape stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and jewellery repair shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and photographic supply stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>	<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Liquor stores	6021	Magasins de spiritueux
6022	Wine stores	6022	Magasins de vin
6023	Beer stores	6023	Magasins de bière
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticians' shops	6592	Opticiens
6593	Art galleries and artists' supply stores	6593	Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Luggage and leather goods stores	6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Monument and tombstone dealers	6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Pet stores	6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Coin and stamp dealers	6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Mobile home dealers	6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Other retail stores, n.e.c.	6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.









Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

August 1999

N°63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Août 1999

Revue des statistiques  
publiées



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

August 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Août 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

October 1999

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 8  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 8  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Octobre 1999

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 8  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 8  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Retail sales advanced 1.2% in August to \$22.1 billion, following a 1.4% increase in July. August's increase was the fourth consecutive monthly gain, marking the longest period of sustained increases since the spring of 1997. Holding prices constant, retail sales increased 0.7% in August. Most of the increase in prices occurred in the automotive sector.

Retailers have enjoyed strong sales gains since the last turning point in October 1998. Previously, sales had slowed in the spring and summer of 1998 after generally increasing from the start of 1996.

Retail sales in August were 7.6% higher than in October 1998. The automotive sector (+12.7%) posted the strongest gain over this period, followed by general merchandise stores (+9.1%) and furniture stores (+8.7%). Retailers in Ontario (+10.7%) and in Atlantic Canada (+8.4%) led the increases at the regional level.

The strength in retail sales observed since the fall of 1998 has been fuelled more by consumer credit than by higher personal income. From the third quarter of 1998 to the second quarter of 1999 (the most recent period for which data are available), consumer credit (+5.0%) advanced at nearly twice the rate of personal income (+2.6%) while total employment rose by 2.1%.

In August, retailers in the automotive sector (+2.6%) posted by far the most significant monthly gain, followed by general merchandise stores (+1.1%). Food stores (+0.4%) and retail stores classified as "other" (+0.4%) reported the only other sales increases. The "other" category includes stores such as liquor, sporting goods, hardware and book stores. In August, sales were down in clothing stores (-0.8%) and drug stores (-0.4%), while they remained unchanged in furniture stores.

### Higher gas prices continue to push up sales in gasoline service stations

Retail sales in the automotive sector advanced for a third consecutive month in August (+2.6%). This sector has posted sales advances greater than 2.0% in each of the last three months. In August, higher gas prices (+6.3%) than those in July were still pushing sales up in gasoline service stations (+4.1%). Due to a surge in gas prices, service stations have shown strong sales increases since the start of the year. This follows a period of general declines which started in the spring of 1996.

## Faits saillants

Les ventes au détail ont progressé de 1,2 % en août pour atteindre 22,1 milliards de dollars, à la suite d'une hausse de 1,4 % en juillet. Il s'agit du quatrième mois consécutif de gains, ce qui représente la plus longue période d'augmentations soutenues depuis le printemps 1997. En prix constants, les ventes au détail se sont accrues de 0,7 % en août. La plupart des hausses de prix sont survenues dans le secteur de l'automobile.

Les détaillants ont réalisé des gains élevés au chapitre des ventes depuis le dernier point de retournement en octobre 1998. Auparavant, les ventes au détail avaient ralenti au printemps et à l'été 1998 après avoir été généralement en hausse depuis le début de 1996.

Les ventes au détail en août étaient supérieures de 7,6 % à celles d'octobre 1998. Au cours de la même période, le secteur de l'automobile (+12,7 %) a enregistré le plus fort gain, suivi des magasins de marchandises diverses (+9,1 %) et des magasins de meubles (+8,7 %). Les détaillants de l'Ontario (+10,7 %) et des provinces de l'Atlantique (+8,4 %) étaient en tête des augmentations à l'échelon régional.

L'essor des ventes au détail observé depuis l'automne 1998 tient plus au crédit à la consommation qu'à des revenus personnels plus élevés. Pour la période s'étendant du troisième trimestre de 1998 au deuxième trimestre de 1999 (la période la plus récente pour laquelle des données sont disponibles), le crédit à la consommation (+5,0 %) a enregistré une hausse de près du double du taux d'augmentation observé dans le revenu personnel (+2,6 %), tandis que l'emploi total augmentait de 2,1 %.

En août, les détaillants du secteur de l'automobile (+2,6 %) ont enregistré le gain mensuel le plus important, suivis de ceux des magasins de marchandises diverses (+1,1 %). Les magasins d'alimentation (+0,4 %) et les magasins de vente au détail de la catégorie «autres» (+0,4 %) ont connu les seules autres hausses au chapitre des ventes. La catégorie «autres» comprend les magasins de boissons alcoolisées, les magasins d'articles de sport, les quincailleries et les librairies. En août, les ventes ont baissé dans les magasins de vêtements (-0,8 %) et les pharmacies (-0,4 %), alors qu'elles restaient inchangées dans les magasins de meubles.

### Les prix élevés de l'essence continuent de faire grimper les ventes des stations-service

Dans le secteur de l'automobile, les ventes au détail ont progressé pour un troisième mois consécutif en août (+2,6 %). Ce secteur a enregistré des hausses des ventes supérieures à 2,0 % dans chacun des trois derniers mois. En août, des prix de l'essence plus élevés (+6,3 %) comparativement à juillet ont continué de faire augmenter les ventes des stations-service (+4,1 %). En raison d'une montée des prix de l'essence, les stations-service ont connu de fortes hausses de leurs ventes depuis le début de l'année. Cette tendance suit une période de reculs généraux qui a commencé au printemps 1996.



Retailers of automotive parts, accessories and services (+2.7%) posted the second strongest gain of the auto sector, completely offsetting the loss in July (-2.4%). Sales by these retailers have remained generally flat since the end of 1998 after a year of increases.

For a third consecutive month, motor and recreational vehicle dealers reported increasing sales in August (+2.2%). Sales by these dealers have declined only twice since October 1998, rising 14.2% over the period. The declines occurred in April (-1.2%) and May (-2.5%). Sales by motor and recreational vehicle dealers have generally been increasing since the summer of 1996. The period of strong sales observed since the fall of 1998 is comparable to that in the second half of 1996.

### Consumers increased spending in department stores

In August, consumers increased spending in department stores for a second consecutive month. August's 1.5% rise in sales followed an increase of 3.5% in July. Department store sales in August include those made by Eaton's before its bankruptcy and those made afterwards by its merchandise liquidator.

After a period of relatively flat sales in the spring and summer of 1998, sales in department stores have gained considerable strength since the fall of 1998. From October 1998 to August 1999, department stores posted an overall sales increase of 11.1%.

### Retailers in Ontario led sales advances

Strong sales in the automotive and general merchandise sectors in August pushed up total retail sales in Ontario by 2.1%. Consumers in this province have increased spending in retail stores in every month this year. Overall, retail sales in Ontario have generally been on the rise since the summer of 1996.

Retailers in the Prairies posted a 1.5% gain in sales in August after experiencing a 1.7% increase in both July and June. All provinces in this region have shown sales advances in each of the last three months. The recent vigour in these sales follows a period of generally flat sales that started in early 1998.

Retail sales were up in all Atlantic provinces in August for an overall gain of 1.3%. Retailers in Atlantic Canada have enjoyed strong sales since the fall of 1998 following a period of generally flat sales that year. A number of major projects in this region related to the oil and gas industry stimulated retail sales, up 8.4% between October 1998 and August 1999.

Consumers in Quebec increased spending in retail stores for a second consecutive month. Sales advanced 0.6% in August following a 1.7% rise in July. Prior to these increases, retail sales in Quebec had remained relatively unchanged since the

En août, les détaillants de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et de services (+2,7 %) ont connu la deuxième plus forte hausse du secteur de l'automobile, neutralisant complètement la perte observée en juillet (-2,4 %). Les ventes enregistrées par ces détaillants ont stagné en général depuis la fin de 1998 après une année d'augmentation.

Pour un troisième mois consécutif, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont déclaré une augmentation de leurs ventes en août (+2,2 %). Ces dernières n'ont diminué que deux fois depuis octobre 1998, grimpant de 14,2 % au cours de cette période. Les baisses se sont produites en avril (-1,2 %) et en mai (-2,5 %). Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont augmenté en général depuis l'été 1996. La période de ventes élevées observée depuis l'automne 1998 est comparable à celle de la deuxième moitié de 1996.

### Augmentation des dépenses des consommateurs dans les grands magasins

En août, les consommateurs ont augmenté leurs achats dans les grands magasins pour un deuxième mois consécutif. La hausse de 1,5 % des ventes en août a suivi une hausse de 3,5 % en juillet. Les ventes des grands magasins comprenaient celles effectuées par Eaton avant sa faillite et celles faites par la suite par son liquidateur de marchandises.

Après une période de ventes relativement stagnantes au printemps et à l'été 1998, les ventes des grands magasins ont avancé considérablement depuis l'automne 1998. D'octobre 1998 à août 1999, les grands magasins ont enregistré une hausse générale de leurs ventes de 11,1 %.

### Les détaillants ontariens en tête de l'accroissement des ventes

En août, les fortes ventes des secteurs de l'automobile et des magasins de marchandises diverses ont fait grimper l'ensemble des ventes au détail en Ontario de 2,1 %. Les consommateurs ontariens ont augmenté leurs achats dans les magasins de vente au détail au cours de chacun des mois de 1999. Dans l'ensemble, les ventes au détail en Ontario sont généralement à la hausse depuis l'été 1996.

Les détaillants des Prairies ont enregistré un gain de 1,5 % de leurs ventes en août, après avoir connu des hausses de 1,7 % en juillet et en juin. Toutes les provinces de cette région ont vu leurs ventes progresser au cours de chacun des trois derniers mois. La récente vigueur des ventes au détail affichée dans les provinces des Prairies a suivi une période de stagnation générale des ventes qui a commencé au début de 1998.

Les ventes au détail ont augmenté dans toutes les provinces de l'Atlantique en août, affichant dans l'ensemble un gain de 1,3 %. Les détaillants des provinces de l'Atlantique ont observé des ventes élevées depuis l'automne 1998, après une période de stagnation générale des ventes le restant de l'année. Plusieurs projets liés à l'industrie pétrolière et gazière dans cette région ont stimulé les ventes au détail qui ont progressé de 8,4 % d'octobre 1998 à août 1999.

Au Québec, les consommateurs ont augmenté leurs achats dans les magasins de vente au détail pour un deuxième mois consécutif en août. Les ventes ont avancé de 0,6 %, après une hausse de 1,7 % observée en juillet. Avant ces augmentations, les ventes au détail au



start of the year. Before 1999, retailers in Quebec reported sales increases in the second half of 1998 after having experienced volatile sales for the first part of the year.

After two months of increases, retail sales in British Columbia declined 0.8 % in August. The overall sales advances in the province since the fall of 1998 have not yet recaptured the losses observed during the rest of that year.

### Related indicators

Total employment advanced 0.4% in September. After a period of strong job creation in the second half of 1998, total employment remained essentially unchanged in the first half of 1999 but has since shown strength. The number of housing starts jumped 3.7% in September compared with August. Housing starts have generally been increasing since the middle of 1998 after declining that spring. According to the Consumer Price Index, gasoline prices continued their rise in September, increasing 2.1% from August. Sources in the automotive industry indicated higher sales of motor vehicles in September.

Québec étaient restées relativement inchangées depuis le début de l'année. Avant 1999, les détaillants québécois ont déclaré une hausse de leurs ventes dans la deuxième moitié de 1998, après avoir connu des ventes instables dans la première partie de l'année.

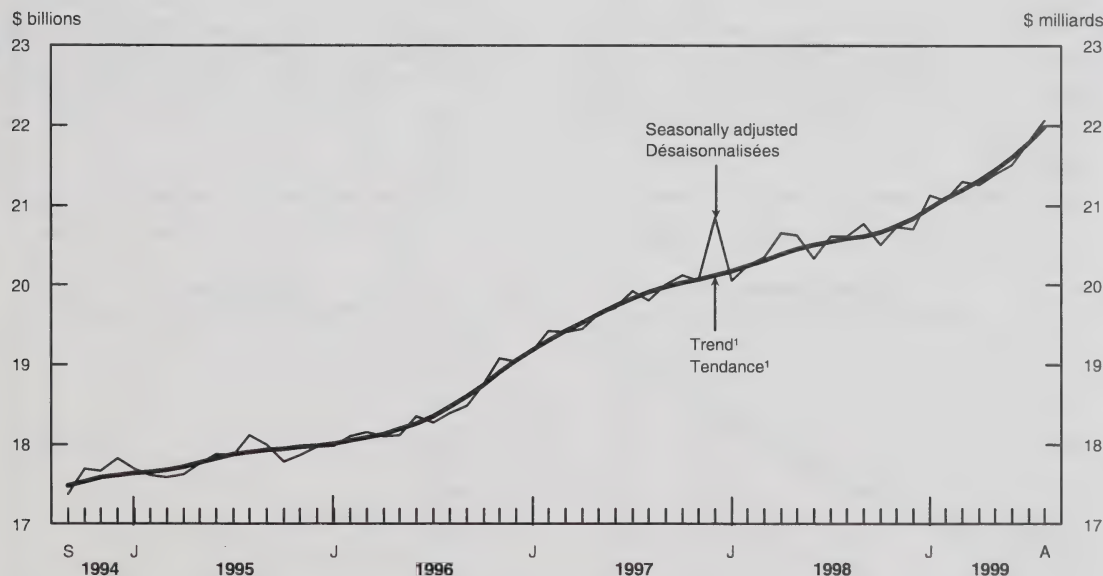
Après deux mois d'augmentation, les ventes au détail en Colombie-Britannique ont chuté de 0,8 % en août. L'avance générale des ventes dans cette province depuis l'automne 1998 n'a pas encore rattrapé les pertes observées au cours du reste de 1998.

### Indicateurs connexes

Le nombre total d'emplois a augmenté de 0,4 % en septembre. Après une période de création d'emplois marquée au cours de la deuxième moitié de 1998, l'emploi total est resté essentiellement le même durant la première moitié de 1999 pour enfin remonter par la suite. Le nombre de mises en chantier a grimpé de 3,7 % en septembre comparativement à août. Dans l'ensemble, les mises en chantier ont augmenté depuis le milieu de 1998, à la suite d'une période de déclin au cours du printemps de la même année. Selon l'Indice des prix à la consommation, les prix de l'essence ont continué leur ascension en septembre, en hausse de 2,1 % par rapport à août. Selon des sources de l'industrie de l'automobile, les ventes de véhicules automobiles ont augmenté en septembre.

### Retail Sales – Canada

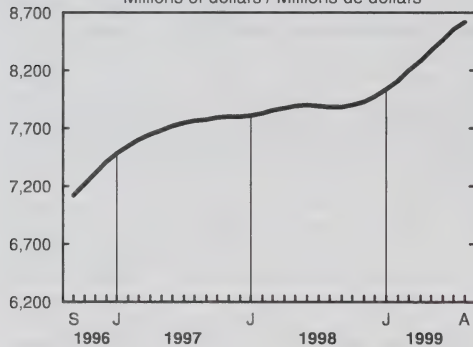
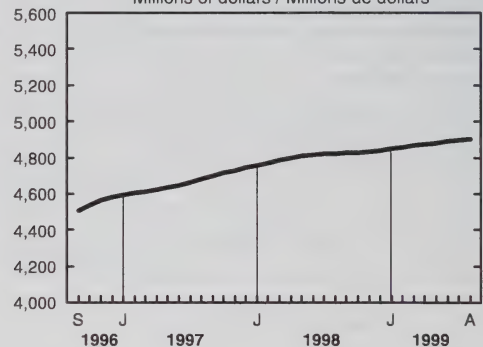
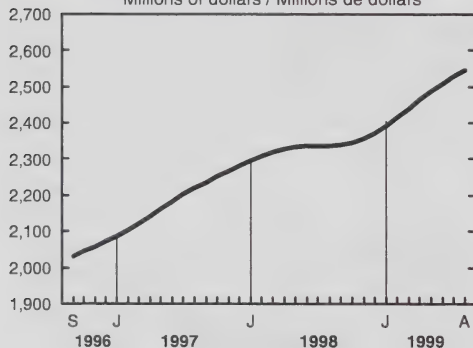
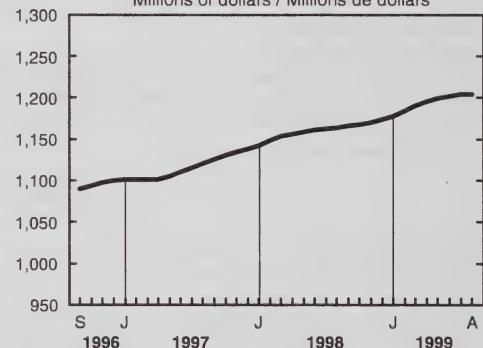
### Canada Ventes au détail – Canada



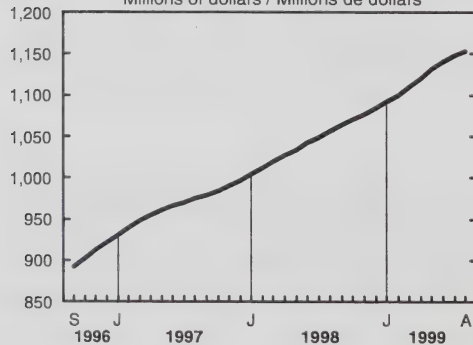
<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

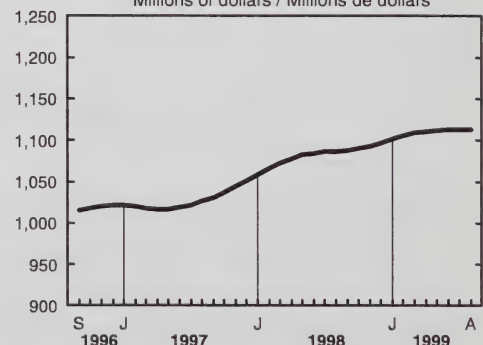


**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**

Millions of dollars / Millions de dollars


**Drug / Médicaments**

Millions of dollars / Millions de dollars


<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.







**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales  Ventes					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	Year-to-date 1999 Cumulatif	August 1999 Août	July 1999 Juillet
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,545.8	4,528.7	4,523.7	4,588.6	36,216.4	0.4	0.1
All other food stores	361.9	360.6	363.4	366.1	2,892.7	0.4	-0.8
Drugs and patent medicine stores	1,116.0	1,119.9	1,111.5	1,112.2	8,896.3	-0.3	0.8
Shoe stores	130.0	136.1	127.5	141.0	1,093.4	-4.5	6.7
Men's clothing stores	132.7	129.2	123.3	127.4	1,023.7	2.7	4.8
Women's clothing stores	379.8	375.2	368.5	375.5	2,991.6	1.2	1.8
Other clothing stores	562.5	574.4	556.5	567.2	4,452.7	-2.1	3.2
Household furniture and appliance stores	941.5	939.7	955.4	916.2	7,281.7	0.2	-1.6
Household furnishings stores	213.4	215.2	201.5	209.4	1,664.8	-0.8	6.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,993.9	5,867.0	5,689.1	5,485.1	45,493.4	2.2	3.1
Gasoline service stations	1,496.5	1,437.4	1,399.6	1,405.3	11,023.3	4.1	2.7
Automotive parts, accessories and services	1,249.1	1,216.7	1,246.5	1,239.4	9,858.9	2.7	-2.4
General merchandise stores	2,563.5	2,536.7	2,486.7	2,492.7	19,893.1	1.1	2.0
Other semi-durable goods stores	733.3	725.3	712.3	712.6	5,685.9	1.1	1.8
Other durable goods stores	582.3	577.4	578.1	581.4	4,715.1	0.8	-0.1
Other retail stores	1,062.8	1,065.6	1,063.5	1,064.0	8,316.9	-0.3	0.2
<b>Total, all stores</b>	<b>22,065.0</b>	<b>21,805.0</b>	<b>21,507.2</b>	<b>21,384.2</b>	<b>171,500.2</b>	<b>1.2</b>	<b>1.4</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	343.5	341.8	347.7	347.0	2,736.8	0.5	-1.7
Prince Edward Island	98.0	97.7	98.8	93.9	749.8	0.3	-1.1
Nova Scotia	675.1	665.6	689.4	668.9	5,306.3	1.4	-3.5
New Brunswick	554.9	544.4	536.4	544.4	4,246.4	1.9	1.5
Quebec	5,070.9	5,041.0	4,957.9	4,994.4	39,988.2	0.6	1.7
Ontario	8,570.1	8,395.3	8,255.1	8,193.5	65,546.6	2.1	1.7
Manitoba	766.6	746.1	740.6	730.7	5,974.0	2.7	0.7
Saskatchewan	648.6	642.2	636.7	635.7	5,084.3	1.0	0.9
Alberta	2,474.9	2,446.2	2,392.2	2,341.9	19,098.4	1.2	2.3
British Columbia	2,788.1	2,811.2	2,779.0	2,761.5	22,189.6	-0.8	1.2
Yukon	27.0	27.1	27.6	27.7	217.4	-0.4	-1.8
Nunavut	14.5	14.3	15.0	14.3	116.0	1.4	-4.7
Northwest Territories	32.8	32.2	30.8	30.2	245.9	1.9	4.5



Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
June 1999 Juin	May 1999 Mai	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
-1.4	1.5	2.5	1.1	1.3	2.9	2.1 Supermarchés d'alimentation et épiceries
-0.7	2.7	0.6	-0.4	1.1	1.6	0.5 Tous les autres magasins d'alimentation
--	0.5	2.3	2.2	2.6	1.8	3.1 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-9.6	-0.3	-5.8	-1.7	-4.4	-5.2	-3.0 Magasins de chaussures
-3.2	-	-0.8	-1.1	-3.0	-2.6	-3.0 Magasins de vêtements pour hommes
-1.9	1.4	4.1	2.4	4.3	0.8	1.6 Magasins de vêtements pour femmes
-1.9	1.5	5.1	8.1	9.4	10.1	8.0 Autres magasins de vêtements
4.3	6.3	9.0	7.9	13.1	9.4	9.5 Magasins de meubles et d'appareils ménagères
-3.8	0.6	4.6	7.9	1.2	7.2	4.5 Magasins d'accessoires d'ameublement
3.7	-2.5	9.7	9.2	6.2	1.1	6.4 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-0.4	0.9	14.8	9.7	7.8	5.7	4.2 Stations-service
0.6	0.8	5.0	1.4	6.4	3.4	4.1 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-0.2	1.9	10.6	8.5	10.6	6.8	7.2 Magasins de marchandises diverses
--	1.8	7.8	6.5	7.2	4.0	4.9 Autres magasins de produits semi-durables
-0.6	-0.6	3.5	1.6	3.0	3.2	5.6 Autres magasins de produits durables
--	3.7	9.1	10.3	10.8	9.6	7.7 Autres magasins de vente au détail
<b>0.6</b>	<b>0.6</b>	<b>7.0</b>	<b>5.8</b>	<b>5.8</b>	<b>3.7</b>	<b>4.9 Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>						
0.2	3.5	8.2	5.6	6.7	7.2	6.6 Terre-Neuve
5.2	4.0	11.4	10.0	12.0	7.1	7.3 Île-du-Prince-Édouard
3.1	5.8	5.5	3.7	9.3	5.4	4.6 Nouvelle-Écosse
-1.5	4.0	11.6	8.4	7.4	8.0	6.6 Nouveau-Brunswick
-0.7	0.2	6.3	5.8	6.8	5.6	6.0 Québec
0.8	1.0	10.0	8.7	7.6	4.9	7.1 Ontario
1.4	-1.5	5.0	2.4	1.6	1.1	2.6 Manitoba
0.2	0.2	1.5	1.2	1.9	0.9	-- Saskatchewan
2.1	-0.2	5.6	3.8	3.5	--	2.5 Alberta
0.6	-0.9	1.9	1.4	1.4	-0.4	0.3 Colombie-Britannique
-0.4	1.8	1.1	3.4	7.8	9.9	5.0 Yukon
4.9	-5.9					Nunavut
2.0	9.4					Territoires du Nord Ouest



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,492.2	4,991.1	4,559.3	4,700.0	36,012.0
All other food stores	358.3	385.1	379.3	379.3	2,836.2
Drugs and patent medicine stores	1,090.9	1,103.3	1,094.2	1,094.1	8,659.0
Shoe stores	133.3	129.8	140.2	165.0	1,010.1
Men's clothing stores	109.8	115.8	125.9	126.3	868.0
Women's clothing stores	361.6	371.1	371.5	402.4	2,704.4
Other clothing stores	604.9	524.9	507.6	540.8	3,890.4
Household furniture and appliance stores	945.7	946.0	911.4	834.8	6,637.5
Household furnishings stores	219.7	223.7	215.9	205.1	1,570.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,967.7	6,203.9	6,877.1	6,464.1	46,800.3
Gasoline service stations	1,625.8	1,583.7	1,467.5	1,453.1	11,020.3
Automotive parts, accessories and services	1,225.3	1,327.6	1,391.3	1,366.5	9,584.4
General merchandise stores	2,479.0	2,411.2	2,388.0	2,452.6	17,662.4
Other semi-durable goods stores	752.6	759.1	762.9	806.1	5,255.6
Other durable goods stores	606.4	598.9	569.1	583.0	4,260.3
Other retail stores	1,110.5	1,264.4	1,107.6	1,091.4	7,972.5
<b>Total, all stores</b>	<b>22,083.9</b>	<b>22,939.7</b>	<b>22,868.9</b>	<b>22,664.4</b>	<b>166,744.4</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	357.1	374.0	373.8	371.0	2,654.3
Prince Edward Island	111.8	119.0	109.6	98.8	740.4
Nova Scotia	690.0	718.7	726.1	701.6	5,149.9
New Brunswick	573.9	592.6	584.5	577.4	4,132.4
Quebec	5,078.9	5,377.4	5,335.0	5,497.5	39,261.9
Ontario	8,424.0	8,695.5	8,828.9	8,613.5	63,302.2
Manitoba	761.4	771.8	776.6	761.8	5,770.7
Saskatchewan	654.3	671.6	673.9	652.8	4,923.2
Alberta	2,486.8	2,535.0	2,504.9	2,466.9	18,537.7
British Columbia	2,867.4	3,000.0	2,874.0	2,846.7	21,694.5
Yukon	30.6	33.3	32.4	30.3	218.0
Nunavut	14.8	14.9	14.2	14.9	113.1
Northwest Territories	32.9	36.0	35.0	31.1	245.8



Tableau 2

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
-0.3	3.8	2.6	-0.5	1.8
-0.3	-0.2	2.7	-0.6	0.5
2.6	1.4	3.0	0.7	3.1
-9.9	-0.5	-4.0	-4.8	-2.9
-2.1	2.3	-5.3	-4.7	-3.4
3.8	3.5	3.8	-2.0	1.8
3.8	10.6	7.8	9.4	7.9
9.9	10.2	12.1	8.6	9.4
5.1	7.9	1.5	6.3	4.8
14.6	6.6	5.7	-1.6	6.3
15.6	8.8	7.2	6.3	4.5
5.6	0.2	7.5	3.0	4.0
10.0	9.7	10.1	6.8	7.7
7.4	6.4	7.3	3.2	4.9
1.2	0.8	3.0	2.4	5.2
6.1	12.7	11.6	7.0	7.7
<b>7.4</b>	<b>6.0</b>	<b>5.9</b>	<b>1.7</b>	<b>4.9</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>				
<b>Régions</b>				
8.5	6.6	7.5	5.8	6.8
13.3	12.4	12.2	5.6	8.3
5.2	4.4	8.2	4.2	4.5
12.7	9.2	7.9	6.3	7.0
7.0	5.9	7.2	3.1	5.9
10.3	8.4	8.1	2.8	7.0
4.8	2.5	1.1	-1.7	2.4
2.3	1.5	2.3	-1.3	0.1
5.8	4.3	2.5	-1.6	2.4
2.5	2.0	0.6	-2.3	0.3
-	2.8	7.3	10.6	4.9
Yukon				
Nunavut				
Territoires du Nord Ouest				



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	13,779.4	12,749.3	13,584.3	13,696.0	13,542.7
All other food stores	1,109.8	983.1	1,149.8	1,090.5	1,112.4
Drugs and patent medicine stores	3,280.8	3,184.1	3,495.8	3,202.6	3,206.4
Shoe stores	448.3	298.7	481.6	426.4	462.2
Men's clothing stores	367.4	275.1	560.5	347.6	383.4
Women's clothing stores	1,136.9	834.8	1,360.3	1,094.6	1,130.6
Other clothing stores	1,549.8	1,210.9	2,088.0	1,622.6	1,414.4
Household furniture and appliance stores	2,521.3	2,224.5	3,154.8	2,602.2	2,306.6
Household furnishings stores	614.0	513.0	719.6	627.0	590.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19,798.3	14,830.3	14,844.9	16,607.8	19,329.4
Gasoline service stations	4,265.3	3,545.5	3,855.8	4,164.4	4,015.1
Automotive parts, accessories and services	3,994.1	3,037.4	3,935.6	3,668.0	3,853.8
General merchandise stores	7,107.2	5,664.9	9,323.8	6,689.9	6,654.1
Other semi-durable goods stores	2,198.6	1,545.4	2,509.3	2,113.4	2,115.0
Other durable goods stores	1,685.1	1,369.9	2,151.1	1,742.1	1,632.5
Other retail stores	3,157.5	2,440.0	3,308.2	3,135.1	2,919.1
<b>Total, all stores</b>	<b>67,013.8</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>	<b>64,668.5</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	284.4	256.0	279.1	280.1	277.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	58.4	55.4	66.2	55.3	57.8
Shoe stores	3.6	2.5	4.6	3.7	3.7
Men's clothing stores	3.7	2.6	7.9	4.2	4.8
Women's clothing stores	13.3	9.1	21.4	13.3	12.6
Other clothing stores	12.8	10.2	24.7	16.3	12.3
Household furniture and appliance stores	29.2	24.2	43.7	29.7	23.5
Household furnishings stores	2.0	1.6	2.8	2.2	2.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	323.6	205.6	178.3	241.8	290.4
Gasoline service stations	71.0	60.8	76.1	82.4	75.9
Automotive parts, accessories and services	55.1	39.6	61.7	51.1	49.3
General merchandise stores	138.7	111.6	210.0	136.4	127.3
Other semi-durable goods stores	23.7	15.4	28.5	22.4	20.2
Other durable goods stores	11.0	7.6	17.5	12.1	9.5
Other retail stores	36.6	30.3	43.3	38.8	36.1
<b>Total, all stores</b>	<b>1,080.7</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>	<b>1,012.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
1.7	1.8	2.8	2.7	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-0.2	1.8	0.8	0.3	3.8	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	4.8	3.0	6.0	7.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.0	-0.5	-3.0	0.6	4.9	Magasins de chaussures
-4.2	-5.2	1.5	-0.5	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
0.6	1.8	--	-0.3	3.8	Magasins de vêtements pour femmes
9.6	6.8	7.5	9.1	6.7	Autres magasins de vêtements
9.3	8.8	9.0	8.8	7.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.9	4.4	7.3	6.6	1.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.4	8.4	-3.6	5.3	2.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.2	-3.4	-8.0	-5.5	-4.3	Stations-service
3.6	5.5	10.4	0.9	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.8	7.1	4.2	6.0	8.0	Magasins de marchandises diverses
4.0	4.4	3.2	-0.6	-1.1	Autres magasins de produits semi-durables
3.2	11.9	7.3	11.3	16.0	Autres magasins de produits durables
8.2	5.5	7.3	5.7	8.1	Autres magasins de vente au détail
<b>3.6</b>	<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>4.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
2.7	1.3	4.6	-2.1	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.0	-2.8	-2.2	-5.8	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.7	4.2	-4.2	-	-2.6	Magasins de chaussures
-22.9	-7.1	33.9	55.6	45.5	Magasins de vêtements pour hommes
5.6	5.8	1.4	-0.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
4.1	15.9	-	2.5	1.7	Autres magasins de vêtements
24.3	30.1	23.1	9.2	-6.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	6.7	-12.5	-	-9.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.4	17.4	1.0	5.2	3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-6.5	-11.6	-0.9	-0.4	-4.0	Stations-service
11.8	7.9	16.9	3.4	-1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.0	9.1	4.7	6.7	9.0	Magasins de marchandises diverses
17.3	18.5	-5.0	-14.5	-16.5	Autres magasins de produits semi-durables
15.8	16.9	7.4	2.5	-2.1	Autres magasins de produits durables
1.4	6.3	6.1	2.9	7.1	Autres magasins de vente au détail
<b>6.7</b>	<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>2.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	74.0	63.7	64.9	70.8	63.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	17.2	16.6	19.6	18.4	17.7
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	5.7	4.0	9.7	8.8	5.1
Household furniture and appliance stores	7.1	5.9	8.8	6.4	6.2
Household furnishings store	4.0	3.0	4.6	4.9	4.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	70.9	45.4	44.6	56.0	70.1
Gasoline service stations	27.7	20.9	24.3	31.8	27.1
Automotive parts, accessories and services	19.9	12.6	19.1	18.2	18.8
General merchandise stores	22.8	16.3	31.6	22.7	21.4
Other semi-durable goods stores	12.6	7.9	12.5	17.5	11.9
Other durable goods stores	6.0	3.0	6.1	5.5	3.9
Other retail stores	13.5	8.9	13.5	16.2	12.1
<b>Total, all stores</b>	<b>293.7</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>	<b>272.5</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	496.3	455.1	487.5	494.1	469.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	125.8	124.6	139.9	130.0	126.4
Shoe stores	6.8	4.7	7.8	6.9	7.2
Men's clothing stores	4.6	3.3	8.1	4.4	4.9
Women's clothing stores	32.1	23.8	44.7	32.4	29.0
Other clothing stores	32.3	25.7	55.4	38.3	28.7
Household furniture and appliance stores	51.0	45.9	68.5	51.4	43.6
Household furnishings store	14.5	11.8	15.2	10.3	8.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	600.6	431.7	431.1	495.2	601.8
Gasoline service stations	152.6	117.1	132.6	146.5	131.1
Automotive parts, accessories and services	116.9	86.6	124.4	110.0	113.2
General merchandise stores	207.6	164.2	311.5	198.3	190.1
Other semi-durable goods stores	59.5	45.0	79.0	68.8	66.0
Other durable goods stores	38.7	31.4	57.4	42.4	38.0
Other retail stores	107.7	80.3	113.0	112.7	99.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,071.0</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>	<b>1,981.1</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
					<b>Île-du-Prince-Édouard</b>
16.5	11.4	5.4	9.6	7.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.8	-1.8	3.2	5.7	3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
11.8	2.6	6.6	20.5	10.9	Autres magasins de vêtements
14.5	5.4	10.0	16.4	24.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	25.0	43.8	104.2	66.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.1	6.8	-4.1	-2.4	10.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.2	-15.4	-24.5	-18.7	-9.1	Stations-service
5.9	9.6	26.5	14.5	13.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	-3.0	-5.4	-6.2	2.9	Magasins de marchandises diverses
5.9	8.2	1.6	1.2	-12.5	Autres magasins de produits semi-durables
53.8	15.4	13.0	19.6	14.7	Autres magasins de produits durables
11.6	7.2	18.4	14.9	11.0	Autres magasins de vente au détail
<b>7.8</b>	<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>6.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Nouvelle-Écosse</b>
5.8	2.3	3.5	-5.4	-0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.5	-1.7	1.6	8.2	10.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.6	-	-4.9	-4.2	1.4	Magasins de chaussures
-6.1	-10.8	3.8	2.3	2.1	Magasins de vêtements pour hommes
10.7	19.0	14.9	17.0	14.6	Magasins de vêtements pour femmes
12.5	11.3	9.9	16.1	11.2	Autres magasins de vêtements
17.0	13.1	11.9	14.5	13.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
64.8	51.3	34.5	14.4	17.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.2	3.1	0.3	-3.8	-0.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.4	-1.5	5.6	14.7	15.0	Stations-service
3.3	9.3	10.2	-8.0	9.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.2	9.6	6.9	8.4	12.8	Magasins de marchandises diverses
-9.8	6.9	11.1	18.6	13.8	Autres magasins de produits semi-durables
1.8	18.5	11.9	18.4	23.4	Autres magasins de produits durables
8.7	5.8	6.2	8.4	3.1	Autres magasins de vente au détail
<b>4.5</b>	<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>4.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II	Quarter I	Quarter IV	Quarter III	Quarter II
	1999	1999	1998	1998	1998
	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III	Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	398.3	353.8	392.0	389.0	376.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	84.7	80.3	91.5	82.3	80.7
Shoe stores	6.7	4.1	7.4	6.0	5.7
Men's clothing stores	5.8	5.1	11.4	6.3	5.9
Women's clothing stores	21.0	14.4	28.6	20.1	19.6
Other clothing stores	27.4	21.5	44.2	32.7	25.6
Household furniture and appliance stores	40.9	37.6	58.1	42.2	38.4
Household furnishings stores	12.2	9.5	14.6	12.9	11.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	542.3	336.5	300.6	402.7	504.7
Gasoline service stations	110.8	96.2	114.0	127.3	111.8
Automotive parts, accessories and services	106.3	73.6	108.4	97.3	102.5
General merchandise stores	167.1	129.3	246.3	165.2	159.2
Other semi-durable goods stores	50.2	37.8	56.1	47.6	47.1
Other durable goods stores	25.3	18.6	38.1	26.8	23.7
Other retail stores	68.1	49.0	71.8	73.6	63.2
<b>Total, all stores</b>	<b>1,685.5</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>	<b>1,591.7</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,598.1	3,334.3	3,506.8	3,498.5	3,423.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	689.6	681.0	730.6	716.1	730.4
Shoe stores	155.2	88.6	170.0	141.5	163.4
Men's clothing stores	86.2	60.3	120.9	78.0	93.8
Women's clothing stores	317.5	219.6	356.6	307.6	332.6
Other clothing stores	433.2	303.0	492.7	434.1	405.7
Household furniture and appliance stores	697.6	543.4	802.1	708.5	634.7
Household furnishings stores	120.1	90.2	135.8	125.8	127.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,045.2	3,580.8	3,526.2	3,976.1	4,675.6
Gasoline service stations	827.6	711.4	757.9	783.0	746.5
Automotive parts, accessories and services	1,008.3	722.2	978.2	870.5	980.6
General merchandise stores	1,439.3	1,116.8	1,741.5	1,322.1	1,357.3
Other semi-durable goods stores	460.8	299.5	477.7	479.3	495.9
Other durable goods stores	367.0	292.7	427.4	352.7	344.4
Other retail stores	511.2	371.0	513.6	446.0	473.9
<b>Total, all stores</b>	<b>16,087.4</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>	<b>15,334.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
5.9	2.5	6.9	4.8	4.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.0	2.7	4.0	12.6	0.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
17.5	13.9	8.8	-1.6	3.6	Magasins de chaussures
-1.7	18.6	20.0	14.5	7.3	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	7.5	2.9	-3.8	-5.8	Magasins de vêtements pour femmes
7.0	10.3	10.2	19.8	14.8	Autres magasins de vêtements
6.5	15.3	11.1	12.5	4.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.3	13.1	10.6	-2.3	0.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.4	8.2	-17.8	6.5	5.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-0.9	-12.4	-6.5	0.5	15.6	Stations-service
3.7	7.9	23.0	12.6	16.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	4.9	4.6	7.1	10.1	Magasins de marchandises diverses
6.6	37.5	11.3	6.0	8.0	Autres magasins de produits semi-durables
6.8	10.1	10.4	13.6	25.4	Autres magasins de produits durables
7.8	10.1	22.1	20.7	20.6	Autres magasins de vente au détail
<b>5.9</b>	<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>7.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
5.1	4.1	6.1	3.6	0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-5.6	-2.4	-2.6	3.6	11.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.0	-2.1	-3.6	-2.5	1.7	Magasins de chaussures
-8.1	-0.3	5.4	2.0	-6.8	Magasins de vêtements pour hommes
-4.5	-4.3	-7.5	-5.4	9.2	Magasins de vêtements pour femmes
6.8	7.4	9.2	9.7	6.5	Autres magasins de vêtements
9.9	12.7	9.7	9.5	5.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-5.6	6.7	9.3	5.2	3.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.9	15.5	1.3	0.9	-2.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.9	-0.9	-10.5	-9.4	-14.4	Stations-service
2.8	-2.1	4.2	-3.5	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.0	6.3	3.5	6.9	9.3	Magasins de marchandises diverses
-7.1	-8.4	4.3	-5.0	-1.4	Autres magasins de produits semi-durables
6.6	22.3	8.4	13.6	20.3	Autres magasins de produits durables
7.9	12.7	13.7	-0.4	8.3	Autres magasins de vente au détail
<b>4.9</b>	<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>1.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,376.3	4,053.3	4,279.8	4,351.2	4,400.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,395.9	1,339.0	1,450.5	1,330.3	1,311.6
Shoe stores	171.5	121.1	179.1	162.2	173.9
Men's clothing stores	158.9	116.7	240.4	149.0	159.9
Women's clothing stores	458.4	336.0	555.3	426.5	441.1
Other clothing stores	594.1	473.4	827.5	580.2	500.4
Household furniture and appliance stores	923.6	819.0	1,121.1	937.5	819.5
Household furnishings stores	258.5	219.1	307.5	261.9	236.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,606.1	5,688.7	5,738.6	6,249.6	7,367.5
Gasoline service stations	1,656.7	1,392.1	1,491.6	1,548.4	1,498.4
Automotive parts, accessories and services	1,555.1	1,191.3	1,507.1	1,410.7	1,472.1
General merchandise stores	2,811.2	2,215.1	3,744.1	2,609.3	2,590.2
Other semi-durable goods stores	972.7	678.3	1,120.1	890.1	875.3
Other durable goods stores	669.7	532.0	881.9	688.3	644.7
Other retail stores	1,405.9	1,071.0	1,460.5	1,413.9	1,260.2
<b>Total, all stores</b>	<b>25,509.6</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>	<b>24,226.1</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	532.3	491.0	536.7	535.1	534.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	68.8	69.5	76.1	69.4	67.8
Shoe stores	12.3	8.9	15.5	12.5	12.8
Men's clothing stores	11.8	7.9	17.0	9.3	11.3
Women's clothing stores	30.1	21.9	34.4	27.2	27.4
Other clothing stores	45.3	37.5	67.3	48.3	43.4
Household furniture and appliance stores	74.6	72.6	103.2	80.2	71.5
Household furnishings stores	14.1	10.8	14.5	13.2	12.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	710.9	597.4	631.4	671.8	746.4
Gasoline service stations	162.0	139.5	144.4	156.3	151.9
Automotive parts, accessories and services	123.0	98.4	123.1	118.0	119.7
General merchandise stores	279.3	224.9	372.8	263.9	267.0
Other semi-durable goods stores	54.3	41.6	74.6	48.7	50.1
Other durable goods stores	55.9	41.2	61.7	52.2	54.6
Other retail stores	94.0	72.3	103.8	90.6	87.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,287.0</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>	<b>2,276.9</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
					<b>Ontario</b>
-0.5	0.2	1.4	4.9	7.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.4	10.5	10.5	15.1	17.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.4	2.5	-4.5	1.1	5.8	Magasins de chaussures
-0.6	-3.5	2.0	-1.3	0.6	Magasins de vêtements pour hommes
3.9	4.1	5.6	3.6	0.9	Magasins de vêtements pour femmes
18.7	9.0	10.6	11.1	9.5	Autres magasins de vêtements
12.7	8.9	13.4	13.7	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.4	4.4	13.7	12.2	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.2	12.0	-0.3	12.7	11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.6	3.6	-6.6	-6.2	-5.9	Stations-service
5.6	12.1	15.7	4.6	6.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.5	9.0	5.9	6.6	8.4	Magasins de marchandises diverses
11.1	9.6	5.2	4.5	1.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.9	12.0	9.7	13.2	15.6	Autres magasins de produits durables
11.6	4.7	7.6	7.7	9.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.3</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>8.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Manitoba</b>
-0.4	-1.0	5.0	3.5	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.5	3.0	-0.3	3.6	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.9	-1.1	11.5	12.6	10.3	Magasins de chaussures
4.4	1.3	4.9	-5.1	-2.6	Magasins de vêtements pour hommes
9.9	9.0	3.3	2.6	1.1	Magasins de vêtements pour femmes
4.4	4.5	2.3	4.3	4.6	Autres magasins de vêtements
4.3	5.5	11.7	6.2	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.0	1.9	-6.5	-9.6	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
-4.8	5.1	-7.7	2.2	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.6	5.0	-2.9	-0.4	0.2	Stations-service
2.8	12.3	7.4	-0.9	--	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	5.5	2.8	4.9	5.4	Magasins de marchandises diverses
8.4	6.1	-2.6	-10.6	-6.0	Autres magasins de produits semi-durables
2.4	4.8	-	8.8	12.8	Autres magasins de produits durables
7.9	6.6	5.1	7.3	6.7	Autres magasins de vente au détail
<b>0.4</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>2.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	466.0	425.5	473.0	484.8	478.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	95.8	97.8	106.1	98.3	96.9
Shoe stores	6.2	4.6	6.5	5.8	7.2
Men's clothing stores	8.2	6.4	13.0	8.1	9.1
Women's clothing stores	25.7	18.9	30.6	24.1	24.7
Other clothing stores	39.3	31.1	55.7	41.8	37.9
Household furniture and appliance stores	57.2	55.2	81.6	59.5	53.1
Household furnishings stores	19.3	15.8	20.6	19.5	18.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	530.3	411.0	462.6	490.3	542.8
Gasoline service stations	154.6	126.1	137.8	151.5	141.8
Automotive parts, accessories and services	130.8	103.6	139.6	142.8	126.5
General merchandise stores	251.5	204.5	325.8	240.9	238.5
Other semi-durable goods stores	47.9	35.2	57.0	43.6	49.6
Other durable goods stores	46.0	35.2	61.3	46.3	45.3
Other retail stores	67.8	53.7	75.4	71.4	67.2
<b>Total, all stores</b>	<b>1,960.5</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>	<b>1,952.2</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,572.6	1,463.9	1,593.4	1,578.7	1,536.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	311.6	300.3	338.7	288.3	294.1
Shoe stores	33.7	25.4	37.1	35.9	36.8
Men's clothing stores	44.9	37.7	72.3	43.6	49.0
Women's clothing stores	102.7	83.4	126.9	104.3	102.2
Other clothing stores	167.4	141.6	247.6	215.6	180.4
Household furniture and appliance stores	304.8	288.1	416.2	318.5	286.9
Household furnishings store	72.0	63.0	85.6	75.5	73.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,133.3	1,701.5	1,771.9	1,927.7	2,245.2
Gasoline service stations	491.2	406.4	435.7	484.5	470.1
Automotive parts, accessories and services	429.5	328.4	433.2	417.3	423.1
General merchandise stores	793.8	653.3	1,059.1	769.5	754.0
Other semi-durable goods stores	210.7	159.5	253.8	198.2	200.5
Other durable goods stores	197.8	161.1	256.1	212.2	200.5
Other retail stores	413.3	336.8	435.2	411.5	384.8
<b>Total, all stores</b>	<b>7,323.5</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>	<b>7,289.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-2.5	-0.9	1.9	4.5	9.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.1	0.9	0.6	2.0	6.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-13.9	-14.8	-7.1	-10.8	-4.0	Magasins de chaussures
-9.9	-11.1	-3.0	-3.6	-5.2	Magasins de vêtements pour hommes
4.0	-5.0	-9.7	-9.7	-13.3	Magasins de vêtements pour femmes
3.7	11.5	5.3	10.9	9.9	Autres magasins de vêtements
7.7	2.4	-2.6	5.7	6.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.3	1.9	-8.4	-6.3	-4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.3	-7.4	-15.6	-5.4	-9.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
9.0	0.2	-1.6	-0.4	-3.5	Stations-service
3.4	-	12.1	7.1	-9.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.5	4.6	2.1	5.7	6.5	Magasins de marchandises diverses
-3.4	-7.1	-14.7	-3.5	-5.7	Autres magasins de produits semi-durables
1.5	5.4	6.1	4.5	-0.4	Autres magasins de produits durables
0.9	1.9	-1.2	0.1	-3.6	Autres magasins de vente au détail
<b>0.4</b>	<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>-1.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
2.4	5.1	8.5	9.6	9.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.0	5.0	-1.8	-4.5	-9.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-8.4	-4.2	-2.6	12.5	22.3	Magasins de chaussures
-8.4	-15.1	-4.5	1.6	9.1	Magasins de vêtements pour hommes
0.5	9.0	3.9	3.4	6.2	Magasins de vêtements pour femmes
-7.2	-3.1	0.4	7.2	6.2	Autres magasins de vêtements
6.2	4.8	7.3	8.0	15.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.3	2.8	4.9	10.1	1.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
-5.0	-0.4	-11.8	6.6	-2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.5	-5.1	-9.6	-7.0	-1.5	Stations-service
1.5	3.7	11.9	1.4	8.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.3	7.6	5.7	9.4	13.9	Magasins de marchandises diverses
5.1	8.2	2.4	-1.6	2.3	Autres magasins de produits semi-durables
-1.3	4.7	6.1	11.0	20.1	Autres magasins de produits durables
7.4	9.0	6.9	7.3	8.2	Autres magasins de vente au détail
<b>0.5</b>	<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>5.7</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,928.2	1,806.3	1,921.7	1,961.9	1,934.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	425.5	412.7	469.0	407.1	416.0
Shoe stores	50.9	37.8	51.8	50.0	49.8
Men's clothing stores	41.0	33.7	65.1	41.8	42.9
Women's clothing stores	130.6	104.1	154.8	133.2	136.3
Other clothing stores	189.5	160.8	259.3	202.9	171.7
Household furniture and appliance stores	331.1	328.7	446.3	363.6	325.5
Household furnishings stores	96.5	87.8	117.8	100.0	95.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,192.1	1,798.4	1,730.4	2,060.8	2,246.8
Gasoline service stations	597.2	462.6	529.5	638.2	647.6
Automotive parts, accessories and services	435.0	371.4	428.3	418.2	434.2
General merchandise stores	936.0	777.0	1,220.7	905.6	896.8
Other semi-durable goods stores	299.2	220.3	342.4	289.4	291.3
Other durable goods stores	262.0	243.5	337.2	297.2	262.4
Other retail stores	429.1	357.8	467.7	448.4	422.6
<b>Total, all stores</b>	<b>8,488.1</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>	<b>8,517.6</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	53.0	46.6	49.5	51.8	50.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	0.9	1.5	1.2	1.3
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.4	4.0	5.1	4.5	3.8
Household furnishings stores	0.8	0.5	0.8	0.9	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	29.3	35.9	38.2
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	60.0	52.0	60.5	56.0	52.4
Other semi-durable goods stores	7.0	4.9	7.6	7.9	7.2
Other durable goods stores	5.8	3.5	6.5	6.4	5.6
Other retail stores	10.4	8.9	10.3	12.1	12.9
<b>Total, all stores</b>	<b>226.9</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>	<b>213.2</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
					<b>Colombie-Britannique</b>
-0.3	-0.2	-5.3	-6.1	3.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	4.7	-3.2	-6.1	-5.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.2	-2.1	-	0.4	3.1	Magasins de chaussures
-4.4	-9.4	-6.2	-8.7	-9.3	Magasins de vêtements pour hommes
-4.2	-1.7	-5.9	-4.4	3.4	Magasins de vêtements pour femmes
10.4	7.4	3.6	2.2	-1.8	Autres magasins de vêtements
1.7	5.9	-0.2	-2.5	-1.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.6	-1.0	-5.2	-3.2	-5.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.4	--	-7.4	-0.9	-5.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-7.8	-21.6	-13.2	-5.0	3.5	Stations-service
0.2	1.8	3.1	-4.0	3.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.4	3.7	-0.1	0.7	1.6	Magasins de marchandises diverses
2.7	2.6	-0.6	-7.4	-10.2	Autres magasins de produits semi-durables
-0.2	6.9	1.2	5.4	12.4	Autres magasins de produits durables
1.5	-2.0	0.8	2.1	4.2	Autres magasins de vente au détail
<b>-0.3</b>	<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>-0.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>
5.0	2.9	-	-1.3	0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-7.7	-	-16.7	-7.7	-7.1	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
15.8	5.3	-12.1	-4.3	-17.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-	-44.4	-20.0	12.5	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	-4.9	-3.0	-14.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
14.5	6.3	-1.1	2.9	-6.1	Magasins de marchandises diverses
-2.8	-	-11.6	-10.2	-1.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	-2.8	12.1	18.5	-3.4	Autres magasins de produits durables
-19.4	2.3	-	7.1	27.7	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>4.5</b>	<b>-0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>-2.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	25.0	22.0	24.1	26.6	24.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	13.1	16.0	16.5
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.7	2.2	3.8	4.5	3.4
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>88.5</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>	<b>81.8</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	20.0	17.9			
All other food stores	x	x			
Drugs and patent medicine stores	x	x			
Shoe stores	x	x			
Men's clothing stores	x	x			
Women's clothing stores	x	x			
Other clothing stores	x	x			
Household furniture and appliance stores	x	x			
Household furnishings stores	x	x			
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.5	x			
Gasoline service stations	4.6	6.2			
Automotive parts, accessories and services	x	x			
General merchandise stores	x	x			
Other semi-durable goods stores	x	1.9			
Other durable goods stores	2.9	1.8			
Other retail stores	x	x			
<b>Total, all stores</b>	<b>93.8</b>	<b>83.2</b>			



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Yukon</b>					
2.0	0.5	-3.2	1.5	-3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	-3.0	1.3	-23.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
8.8	-8.3	-13.6	-6.3	-10.5	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
8.2	4.0	-0.8	5.0	-3.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Territoires du Nord-Ouest</b>					
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	8.0	6.7			
All other food stores	x	x			
Drugs and patent medicine stores	x	x			
Shoe stores	x	x			
Men's clothing stores	x	x			
Women's clothing stores	x	x			
Other clothing stores	x	x			
Household furniture and appliance stores	x	x			
Household furnishings stores	x	x			
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x				
Gasoline service stations	x	x			
Automotive parts, accessories and services	x	x			
General merchandise stores	x	x			
Other semi-durable goods stores	x	0.7			
Other durable goods stores	x	x			
Other retail stores	x	x			
<b>Total, all stores</b>	<b>44.6</b>	<b>38.8</b>			



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
**(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Quarter II 1998 Trimestre II	Quarter I 1998 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
8.0	6.7				<b>Nunavut</b>
x	x				Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
x					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x				Magasins de marchandises diverses
x	0.7				Autres magasins de produits semi-durables
x	x				Autres magasins de produits durables
x	x				Autres magasins de vente au détail
44.6	38.8				<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai
	Per cent - Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	91.7	94.8	95.3	95.0
All other food stores	86.0	88.6	90.7	91.2
Drugs and patent medicine stores	89.8	90.6	91.2	91.0
Shoe stores	92.7	88.9	94.7	94.2
Men's clothing stores	87.9	91.5	91.9	92.5
Women's clothing stores	90.5	94.7	95.0	94.1
Other clothing stores	96.3	96.8	97.5	95.4
Household furniture and appliance stores	91.9	93.0	94.6	94.5
Household furnishings stores	86.6	88.6	88.7	86.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.9	95.4	96.0	95.8
Gasoline service stations	88.8	91.8	93.0	91.6
Automotive parts, accessories and services	91.5	92.8	93.1	93.7
General merchandise stores	99.1	99.0	99.3	99.4
Other semi-durable goods stores	90.4	91.5	91.4	92.1
Other durable goods stores	84.8	88.4	89.8	91.4
Other retail stores	73.5	94.9	95.5	95.8
<b>Total, all stores</b>	<b>91.9</b>	<b>94.4</b>	<b>95.1</b>	<b>94.9</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	96.1	96.8	97.4	97.2
Prince Edward Island	85.3	93.2	92.1	92.9
Nova Scotia	95.9	96.2	96.6	96.0
New Brunswick	88.1	94.4	95.3	94.5
Quebec	92.0	93.2	94.8	94.7
Ontario	91.0	94.8	95.3	95.1
Manitoba	91.4	93.7	95.2	93.9
Saskatchewan	92.3	94.2	94.1	94.4
Alberta	92.3	94.4	94.1	94.4
British Columbia	93.9	94.7	95.3	94.9
Yukon	88.6	91.0	92.6	90.6
Nunavut	84.7	99.0	97.1	99.6
Northwest Territories	88.4	93.9	94.3	95.2



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				
August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.6	1.5	1.4	1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.2	5.2	5.0	4.9	Tous les autres magasins d'alimentation
4.4	2.1	2.1	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.6	2.6	3.0	2.6	Magasins de chaussures
3.3	3.1	3.0	3.0	Magasins de vêtements pour hommes
2.7	2.2	2.3	2.5	Magasins de vêtements pour femmes
2.5	1.8	1.9	1.6	Autres magasins de vêtements
3.7	4.3	5.2	4.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.9	3.8	3.6	3.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.6	3.4	3.4	3.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.4	2.4	2.4	2.4	Stations-service
2.5	2.2	2.4	2.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.2	1.3	1.1	1.0	Magasins de marchandises diverses
5.0	4.8	4.4	4.6	Autres magasins de produits semi-durables
3.3	2.9	3.0	3.3	Autres magasins de produits durables
2.4	1.9	2.0	2.9	Autres magasins de vente au détail
1.1	1.1	1.1	1.1	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
2.3	2.3	2.2	2.2	Terre-Neuve
1.9	1.7	1.7	1.8	Île-du-Prince-Édouard
5.1	4.5	3.8	3.7	Nouvelle-Écosse
3.2	2.9	3.9	3.5	Nouveau-Brunswick
3.0	2.9	3.1	3.1	Québec
2.2	1.9	2.0	1.9	Ontario
2.0	1.9	1.9	2.0	Manitoba
2.1	2.0	2.1	2.0	Saskatchewan
2.3	2.4	2.3	2.2	Alberta
1.7	1.7	1.7	1.7	Colombie-Britannique
0.5	0.5	0.4	0.3	Yukon
-	-	-	-	Nunavut
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,545.8	4,528.7	4,523.7	4,588.6	4,521.0	4,517.8	4,496.0
All other food stores	361.9	360.6	363.4	366.1	356.5	366.6	360.4
Drugs and patent medicine stores	1,116.0	1,119.9	1,111.5	1,112.2	1,106.3	1,115.5	1,112.8
Shoe stores	130.0	136.1	127.5	141.0	141.4	140.7	137.4
Men's clothing stores	132.7	129.2	123.3	127.4	127.4	129.2	128.5
Women's clothing stores	379.8	375.2	368.5	375.5	370.2	373.3	374.5
Other clothing stores	562.5	574.4	556.5	567.2	559.0	555.1	547.1
Household furniture and appliance stores	941.5	939.7	955.4	916.2	862.0	890.6	887.5
Household furnishings stores	213.4	215.2	201.5	209.4	208.2	206.0	206.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,993.9	5,867.0	5,689.1	5,485.1	5,623.4	5,689.0	5,601.6
Gasoline service stations	1,496.5	1,437.4	1,399.6	1,405.3	1,392.6	1,318.0	1,286.5
Automotive parts, accessories and services	1,249.1	1,216.7	1,246.5	1,239.4	1,229.5	1,228.0	1,196.7
General merchandise stores	2,563.5	2,536.7	2,486.7	2,492.7	2,446.3	2,440.4	2,436.1
Other semi-durable goods stores	733.3	725.3	712.3	712.6	700.3	712.7	682.5
Other durable goods stores	582.3	577.4	578.1	581.4	584.7	599.0	596.1
Other retail stores	1,062.8	1,065.6	1,063.5	1,064.0	1,025.9	1,012.0	1,015.3
<b>Total, all stores</b>	<b>22,065.0</b>	<b>21,805.0</b>	<b>21,507.2</b>	<b>21,384.2</b>	<b>21,254.7</b>	<b>21,294.1</b>	<b>21,065.0</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	343.5	341.8	347.7	347.0	335.3	352.0	335.9
Prince Edward Island	98.0	97.7	98.8	93.9	90.3	92.5	89.3
Nova Scotia	675.1	665.6	689.4	668.9	632.2	660.6	660.0
New Brunswick	554.9	544.4	536.4	544.4	523.4	520.5	513.2
Quebec	5,070.9	5,041.0	4,957.9	4,994.4	4,983.1	5,019.6	4,955.4
Ontario	8,570.1	8,395.3	8,255.1	8,193.5	8,111.1	8,085.2	7,976.2
Manitoba	766.6	746.1	740.6	730.7	741.7	751.3	746.2
Saskatchewan	648.6	642.2	636.7	635.7	634.6	628.3	622.8
Alberta	2,474.9	2,446.2	2,392.2	2,341.9	2,347.2	2,366.3	2,355.5
British Columbia	2,788.1	2,811.2	2,779.0	2,761.5	2,785.7	2,744.9	2,738.3
Yukon	27.0	27.1	27.6	27.7	27.2	26.7	28.0
Nunavut	14.5	14.3	15.0	14.3	15.2	14.9	13.5
Northwest Territories	32.8	32.2	30.8	30.2	27.6	31.2	30.6



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,494.8	4,457.9	4,489.0	4,454.7	4,465.5	4,435.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
357.2	358.9	357.2	366.0	357.1	359.6	Tous les autres magasins d'alimentation
1,102.1	1,070.4	1,079.6	1,084.4	1,078.0	1,090.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
139.3	139.2	133.7	135.1	134.9	138.0	Magasins de chaussures
126.0	129.0	133.4	131.4	132.8	133.8	Magasins de vêtements pour hommes
374.6	361.8	372.6	362.1	363.7	364.8	Magasins de vêtements pour femmes
530.9	517.8	542.0	540.3	534.6	535.2	Autres magasins de vêtements
888.8	881.6	866.9	856.5	849.6	863.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
205.0	207.6	219.0	206.1	203.4	204.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,544.3	5,464.6	5,429.7	5,246.4	5,564.1	5,462.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,287.4	1,276.6	1,273.5	1,289.2	1,291.8	1,303.7	Stations-service
1,253.0	1,226.7	1,218.1	1,222.4	1,201.6	1,189.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,490.7	2,369.8	2,341.2	2,349.6	2,342.7	2,318.5	Magasins de marchandises diverses
706.9	688.5	711.7	706.6	693.6	680.1	Autres magasins de produits semi-durables
616.1	567.1	571.5	575.3	571.1	562.5	Autres magasins de produits durables
1,007.8	985.1	995.9	985.1	985.0	973.8	Autres magasins de vente au détail
<b>21,125.0</b>	<b>20,702.5</b>	<b>20,734.9</b>	<b>20,511.1</b>	<b>20,769.5</b>	<b>20,616.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
333.6	323.3	333.6	329.4	331.3	317.4	Terre-Neuve
89.3	85.8	86.2	85.6	87.6	88.0	Île-du-Prince-Édouard
654.5	651.1	646.1	641.0	639.0	640.2	Nouvelle-Écosse
509.2	493.8	496.0	486.1	497.7	497.4	Nouveau-Brunswick
4,965.9	4,823.3	4,834.1	4,775.3	4,782.1	4,768.2	Québec
7,960.1	7,775.3	7,835.7	7,739.0	7,823.5	7,788.5	Ontario
750.8	737.4	735.1	726.3	752.2	730.1	Manitoba
635.4	629.6	626.6	625.4	651.9	638.9	Saskatchewan
2,374.2	2,360.4	2,347.0	2,316.3	2,408.2	2,342.6	Alberta
2,780.9	2,752.4	2,725.1	2,718.6	2,727.0	2,736.3	Colombie-Britannique
26.1	26.2	26.2	25.7	26.3	26.7	Yukon
14.3						Nunavut
30.5						Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,492.2	4,991.1	4,559.3	4,700.0	4,520.1	4,289.5	3,981.0
All other food stores	358.3	385.1	379.3	379.3	351.1	345.5	315.8
Drugs and patent medicine stores	1,090.9	1,103.3	1,094.2	1,094.1	1,092.4	1,100.2	1,020.4
Shoe stores	133.3	129.8	140.2	165.0	143.1	109.0	81.3
Men's clothing stores	109.8	115.8	125.9	126.3	115.2	95.9	80.0
Women's clothing stores	361.6	371.1	371.5	402.4	363.0	308.3	252.2
Other clothing stores	604.9	524.9	507.6	540.8	501.4	466.9	356.9
Household furniture and appliance stores	945.7	946.0	911.4	834.8	775.1	791.5	689.3
Household furnishings stores	219.7	223.7	215.9	205.1	193.1	194.5	160.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,967.7	6,203.9	6,877.1	6,464.1	6,457.2	6,102.2	4,535.2
Gasoline service stations	1,625.8	1,583.7	1,467.5	1,453.1	1,344.8	1,255.9	1,106.0
Automotive parts, accessories and services	1,225.3	1,327.6	1,391.3	1,366.5	1,236.3	1,094.7	899.7
General merchandise stores	2,479.0	2,411.2	2,388.0	2,452.6	2,266.7	2,105.9	1,743.3
Other semi-durable goods stores	752.6	759.1	762.9	806.1	629.6	553.7	478.6
Other durable goods stores	606.4	598.9	569.1	583.0	533.0	469.0	423.3
Other retail stores	1,110.5	1,264.4	1,107.6	1,091.4	958.5	863.0	776.8
<b>Total, all stores</b>	<b>22,083.9</b>	<b>22,939.7</b>	<b>22,868.9</b>	<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	357.1	374.0	373.8	371.0	335.8	323.3	256.8
Prince Edward Island	111.8	119.0	109.6	98.8	85.2	80.4	66.3
Nova Scotia	690.0	718.7	726.1	701.6	643.3	605.6	526.1
New Brunswick	573.9	592.6	584.5	577.4	523.6	478.8	398.4
Quebec	5,078.9	5,377.4	5,335.0	5,497.5	5,255.0	4,743.3	3,903.2
Ontario	8,424.0	8,695.5	8,828.9	8,613.5	8,067.2	7,611.6	6,415.9
Manitoba	761.4	771.8	776.6	761.8	748.6	714.7	600.6
Saskatchewan	654.3	671.6	673.9	652.8	633.8	585.4	500.4
Alberta	2,486.8	2,535.0	2,504.9	2,466.9	2,351.6	2,279.7	1,898.1
British Columbia	2,867.4	3,000.0	2,874.0	2,846.7	2,767.4	2,652.4	2,276.0
Yukon	30.6	33.3	32.4	30.3	25.8	24.6	20.6
Nunavut	14.8	14.9	14.2	14.9	15.4	14.5	12.0
Northwest Territories	32.9	36.0	35.0	31.1	27.7	31.3	25.6



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,478.8	4,739.8	4,180.4	4,664.1	4,382.8	4,504.8	36,012.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
321.8	443.2	339.7	366.9	345.6	359.2	2,836.2	Tous les autres magasins d'alimentation
1,063.5	1,342.0	1,055.7	1,098.1	1,051.8	1,063.0	8,659.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
108.4	176.8	150.5	154.4	148.2	147.9	1,010.1	Magasins de chaussures
99.1	262.2	158.5	139.8	122.3	112.1	868.0	Magasins de vêtements pour hommes
274.3	583.8	394.6	381.8	387.7	348.5	2,704.4	Magasins de vêtements pour femmes
387.0	892.5	607.1	588.3	565.3	582.9	3,890.4	Autres magasins de vêtements
743.7	1,306.5	944.1	904.1	883.0	860.9	6,637.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
158.4	264.0	237.1	218.5	210.8	209.0	1,570.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
4,192.9	4,732.2	4,926.3	5,186.3	5,580.8	5,206.4	46,800.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,183.5	1,261.3	1,254.1	1,340.3	1,302.3	1,406.6	11,020.3	Stations-service
1,043.0	1,349.6	1,317.5	1,268.5	1,183.2	1,160.0	9,584.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1,815.7	3,953.3	2,863.6	2,507.0	2,238.9	2,254.0	17,662.4	Magasins de marchandises diverses
513.0	1,073.3	749.8	686.2	699.3	700.8	5,255.6	Autres magasins de produits semi-durables
477.6	1,069.7	559.6	521.8	548.5	599.3	4,260.3	Autres magasins de produits durables
800.3	1,365.8	934.7	1,007.6	966.9	1,046.8	7,972.5	Autres magasins de vente au détail
<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>	<b>21,033.7</b>	<b>20,617.3</b>	<b>20,562.2</b>	<b>166,744.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
262.5	394.5	343.2	339.7	321.1	329.2	2,654.3	Terre-Neuve
69.3	102.9	84.0	86.6	86.6	98.7	740.4	Île-du-Prince-Édouard
538.5	788.4	654.7	656.3	621.3	656.2	5,149.9	Nouvelle-Écosse
403.2	590.6	499.4	508.3	497.5	509.2	4,132.4	Nouveau-Brunswick
4,071.6	5,432.2	4,712.7	4,933.4	4,758.4	4,746.9	39,261.9	Québec
6,645.6	9,604.9	7,943.4	7,861.9	7,818.3	7,634.3	63,302.2	Ontario
635.2	898.4	736.1	763.1	736.5	726.2	5,770.7	Manitoba
551.0	759.7	633.4	670.6	641.9	639.9	4,923.2	Saskatchewan
2,014.7	2,873.0	2,351.7	2,395.0	2,349.8	2,351.3	18,537.7	Alberta
2,410.6	3,293.2	2,651.0	2,750.8	2,717.7	2,797.5	21,694.5	Colombie-Britannique
20.4	28.2	23.4	25.5	26.6	30.6	218.0	Yukon
12.4						113.1	Nunavut
26.2						245.8	Territoires du Nord Ouest



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	108.2	105.1	101.1	102.9	749.9
Prince Edward Island	36.4	35.9	31.7	28.1	216.0
Nova Scotia	214.7	202.4	196.9	198.6	1,470.2
New Brunswick	163.6	155.8	150.3	151.3	1,118.8
Quebec	1,576.3	1,612.2	1,575.5	1,683.7	11,650.0
Ontario	2,946.6	2,873.4	2,876.7	2,905.7	21,084.3
Manitoba	227.5	220.2	217.8	217.9	1,631.1
Saskatchewan	206.8	200.5	204.2	200.0	1,509.1
Alberta	817.7	778.0	768.2	759.5	5,748.5
British Columbia	974.7	968.6	932.9	932.6	7,111.7
Yukon	7.6	7.5	7.0	5.8	46.7
Nunavut	12.2	12.1	11.4	12.2	90.8
Northwest Territories	11.8	12.2	13.2	11.9	91.8
<b>Total</b>	<b>7,304.1</b>	<b>7,183.9</b>	<b>7,086.8</b>	<b>7,210.1</b>	<b>52,518.8</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	108.2	105.1	101.1	102.9	92.4	90.2	74.9
Prince Edward Island	36.4	35.9	31.7	28.1	22.7	22.7	19.0
Nova Scotia	214.7	202.4	196.9	198.6	177.2	178.9	147.0
New Brunswick	163.6	155.8	150.3	151.3	139.6	131.6	110.8
Quebec	1,576.3	1,612.2	1,575.5	1,683.7	1,507.1	1,321.8	1,117.2
Ontario	2,946.6	2,873.4	2,876.7	2,905.7	2,632.2	2,465.3	2,141.4
Manitoba	227.5	220.2	217.8	217.9	210.9	201.4	164.4
Saskatchewan	206.8	200.5	204.2	200.0	192.9	181.5	155.8
Alberta	817.7	778.0	768.2	759.5	711.8	700.2	594.6
British Columbia	974.7	968.6	932.9	932.6	896.6	873.2	737.0
Yukon	7.6	7.5	7.0	5.8	5.3	5.2	4.2
Nunavut	12.2	12.1	11.4	12.2	12.1	11.4	9.4
Northwest Territories	11.8	12.2	13.2	11.9	11.7	11.6	9.8
<b>Total</b>	<b>7,304.1</b>	<b>7,183.9</b>	<b>7,086.8</b>	<b>7,210.1</b>	<b>6,612.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>5,285.6</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
8.9	8.7	8.6	10.4	<b>Régions</b>
10.6	11.8	17.8	8.1	8.4 Terre-Neuve
6.8	5.5	8.5	7.3	7.8 Île-du-Prince-Édouard
9.9	7.6	7.0	6.3	6.5 Nouvelle-Écosse
2.0	3.1	2.6	1.8	7.7 Nouveau-Brunswick
9.4	10.0	10.4	7.7	2.7 Québec
5.2	6.7	6.9	3.6	8.9 Ontario
3.3	2.7	5.6	1.6	5.1 Manitoba
4.6	6.0	6.1	1.6	2.7 Saskatchewan
4.9	4.6	4.1	1.0	4.2 Alberta
-3.8	4.2	6.1	1.8	3.7 Colombie-Britannique
				1.7 Yukon
				Nunavut
				Territoires du Nord Ouest
6.2	6.7	6.9	4.4	5.8 <b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	August 1998 Août	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
75.1	171.5	140.0	115.7	99.4	99.4	749.9	Terre-Neuve
19.5	44.9	30.0	28.1	27.5	32.9	216.0	Île-du-Prince-Édouard
154.5	334.3	243.2	210.0	190.1	201.1	1,470.2	Nouvelle-Écosse
115.8	247.8	184.3	164.2	148.6	148.8	1,118.8	Nouveau-Brunswick
1,256.2	2,214.4	1,623.4	1,617.6	1,556.1	1,545.8	11,650.0	Québec
2,243.0	4,456.2	3,135.9	2,835.5	2,729.2	2,692.7	21,084.3	Ontario
171.0	358.5	249.0	229.6	202.3	216.3	1,631.1	Manitoba
167.4	316.7	224.9	216.7	192.6	200.1	1,509.1	Saskatchewan
618.5	1,240.4	862.3	790.6	746.0	781.6	5,748.5	Alberta
796.1	1,502.0	999.9	962.4	935.6	929.6	7,111.7	Colombie-Britannique
4.1	8.5	5.8	6.7	6.4	7.9	46.7	Yukon
10.0						90.8	Nunavut
9.6						91.8	Territoires du Nord Ouest
5,640.8	10,924.3	7,720.6	7,200.0	6,855.7	6,878.5	52,518.8	Total



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Price Index  Indice des prix	Current Dollars  Dollars courants	Unadjusted Non désaisonnalisé		Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
			Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année			
		Millions \$	%	Millions \$		%
<b>1997</b>						
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2		6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9		0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6		0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1		8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4		7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2		5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6		8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5		3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8		8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0		7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5		1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1		9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>		<b>5.5</b>
<b>1998</b>						
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5		4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1		4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2		5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1		5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0		2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4		4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5		4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2		2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4		4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5		2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8		2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9		1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>		<b>3.7</b>
<b>1999</b>						
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9		2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4		3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2		6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5		2.0
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3		0.5
June	110.0	22,868.9	5.9	20,787.7		4.5
July	109.5	22,939.7	6.0	20,945.8		4.0
August	109.7	22,083.9	7.4	20,139.8		4.8
September						
October						
November						
December						
<b>Year</b>						

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois			
	Millions \$	%	Millions \$	%		
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		<b>1997</b>
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Janvier
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Février
						Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	<b>...</b>	<b>220,955.1</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		<b>1998</b>
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Janvier
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Février
						Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	--		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	<b>...</b>	<b>229,054.6</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		<b>1999</b>
108.1	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Janvier
108.1	21,294.1	1.1	19,691.8	0.5		Février
						Mars
108.9	21,254.7	-0.2	19,519.5	-0.9		Avril
109.1	21,384.2	0.6	19,608.0	0.5		Mai
109.2	21,507.2	0.6	19,701.9	0.5		Juin
109.5	21,805.0	1.4	19,909.4	1.1		Juillet
110.1	22,065.0	1.2	20,044.8	0.7		Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Les **marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

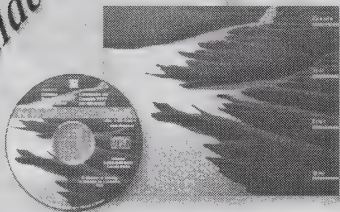
<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110 Gasoline Service Stations</b>	<b>110 Stations-service</b>
6331 Gasoline service stations	6331 Stations-service
<b>120 Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341 Home and auto supply stores	6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Tire, battery, parts and accessories stores	6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (general repairs)	6351 Garages (réparations générales)
6352 Paint and body repair shops	6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Muffler replacement shops	6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Motor vehicle glass replacement shops	6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Other motor vehicle repair shops	6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Car washes	6391 Lave-autos
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.	6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130 General Merchandise Stores</b>	<b>130 Magasins de marchandises diverses</b>
6411 Department stores	6411 Magasins à rayons
6412 General stores	6412 Magasins généraux
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140 Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140 Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511 Book and stationery stores	6511 Librairies et papeteries
6521 Florist shops	6521 Fleuristes
6522 Lawn and garden centres	6522 Centres de jardinage
6531 Hardware stores	6531 Quincailleries
6532 Paint, glass and wallpaper stores	6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Toy and hobby stores	6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Gift, novelty and souvenir stores	6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150 Other Durable Goods Stores</b>	<b>150 Autres magasins de produits durables</b>
6541 Sporting goods stores	6541 Magasins d'articles de sport
6542 Bicycle shops	6542 Magasins de bicyclettes
6551 Musical instrument stores	6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Record and tape stores	6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Jewellery stores	6561 Bijouteries
6562 Watch and jewellery repair shops	6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Camera and photographic supply stores	6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160 Other Retail Stores</b>	<b>160 Autres magasins de vente au détail</b>
6021 Liquor stores	6021 Magasins de spiritueux
6022 Wine stores	6022 Magasins de vin
6023 Beer stores	6023 Magasins de bière
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticians' shops	6592 Opticiens
6593 Art galleries and artists' supply stores	6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Luggage and leather goods stores	6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Monument and tombstone dealers	6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Pet stores	6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Coin and stamp dealers	6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Mobile home dealers	6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Other retail stores, n.e.c.	6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



## Your Guide from Coast to Coast!



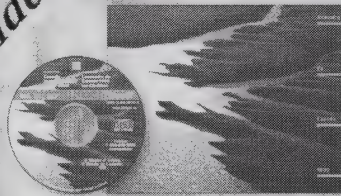
THE CANADIAN REFERENCE THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS ABOUT CANADA, AND EVEN THOSE YOU NEVER THOUGHT TO ASK, IS NOW AVAILABLE AS A CAPTIVATING BOOK, AS A USER-FRIENDLY CD-ROM AND AS A PRACTICAL COMBINATION PACKAGE. CONVENIENT AT WORK, SCHOOL AND HOME, CANADA YEAR BOOK 1999 BOTH DISPLAYS AND ANALYZES THE COMPLEXITIES OF LIVING AND WORKING IN CANADA TODAY.

Time and time again, you will turn to *Canada Year Book 1999* for penetrating articles, accurate statistics, clear tables, informative graphs and exquisite photographs spotlighting key trends and changes in our social, political and economic lives.

Choose *Canada Year Book 1999* or *Canada Year Book 1999 on CD-ROM* as your reference companion. You can order the book (cat. no. 11-402-XPE99001) for \$54.95, the CD-ROM (cat. no. 11-402-XCB99001) for \$74.95, OR the Book/CD-ROM Combination Package (cat. no. 10-3005XKE99001) available at the special price of \$123.41. (Prices exclude shipping and handling as well as applicable taxes.)

To order, call toll-free 1 800 267-6677, fax toll-free 1 877 287-4369 or write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also e-mail your order to: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

## Votre guide d'un océan à l'autre!



L'OUTIL DE RÉFÉRENCE CANADIEN QUI RÉPOND À TOUTES VOS QUESTIONS, MÊME À CELLES QUE VOUS N'AVEZ PAS ENCORE POSÉES, EST PRÉSENTÉ EN UN LIVRE CAPTIVANT, UN CD-ROM CONVIVIAL ET UN ENSEMBLE LIVRE ET CD-ROM PRATIQUE. UTILE AU TRAVAIL, À L'ÉCOLE ET À LA MAISON, L'ANNUAIRE DU CANADA 1999 DÉPEINT ET ANALYSE LES COMPLEXITÉS DE LA VIE ET DU TRAVAIL D'AUJOURD'HUI AU CANADA.

Vous consulterez l'*Annuaire du Canada 1999* encore et encore pour obtenir des articles percutants, des statistiques précises, des tableaux clairs, des graphiques informatifs et des photographies exceptionnelles qui mettent en évidence les tendances et les changements importants survenus aux plans social, politique et économique.

Choisissez l'*Annuaire du Canada 1999* ou l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* comme compagnon de référence. Vous pouvez commander le livre (n° 11-402-XPE99001 au catalogue) au prix de 54,95 \$, le CD-ROM (n° 11-402-XCB99001 au catalogue) au prix de 74,95 \$ ou l'ensemble livre et CD-ROM (n° 10-3005XKE99001 au catalogue) au prix réduit de 123,41 \$. (Les frais de port et de manutention ainsi que les taxes ne sont pas compris dans les prix indiqués.)

Pour commander, téléphonez sans frais au 1 800 267-6677, télécopiez sans frais au 1 877 287-4369 ou écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi faire parvenir votre commande par courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada de votre région (la liste des centres figure dans la présente publication).



Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) and try out a FREE DEMO of *CYB99 on CD-ROM* or download the FREE *CYB99 Teacher's Kit*!

Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et essayez notre DÉMONSTRATEUR GRATUIT de l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* ou téléchargez notre *Trousse de l'enseignant* pour l'*Annuaire du Canada* GRATUITE!





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.	SUBTOTAL	
▶ Subscription will begin with the next issue to be released.	DISCOUNT (if applicable)	
▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)	
▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)	
▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)	
▶ GST Registration # R121491807	GRAND TOTAL	
	PF 097019	

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada







# Do You Suffer from Information Overload?

The amount of information available to people whose jobs depend on educated decision-making has exploded.

## We Have a Cure!

Every Friday, Statistics Canada releases **Infomat**, our highly informative review that sums up our major socio-economic reports, surveys and product releases. In only 10 pages, **Infomat** presents key information in short articles with easy-to-read charts and tables about:

- trade
- manufacturing
- transportation
- retailing and wholesaling
- consumer prices
- employment
- GDP
- finance
- travel and tourism
- and much more

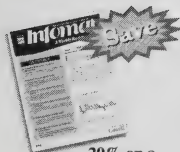
**Invest just 10 minutes and less than \$3 a week with Infomat**

**Infomat** gives you the straight facts—sometimes surprising, always precise and up-to-date—and all for less than \$3 a week when you subscribe! In about 10 minutes, you can gain a precise understanding of the latest social and economic developments in Canada.

**Infomat** is available every week on the Statistics Canada Web site (Catalogue No. 11-002-XIE) and in paper (Catalogue No. 11-002-XPE). Download it yourself every Friday, or have us send it to you—the choice is yours!

### Unzip Infomat on line!

The Internet version is available for \$109 per year (plus taxes) at [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIE](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIE)



20% on a  
2-year subscription  
or 30% on a  
3-year subscription

There are 5 easy ways to order the print version of **Infomat** (\$145 per year, plus taxes):

**CALL:** 1 800 267-6677 or (613) 951-7277  
**FAX:** 1 877 287-4369 or (613) 951-1584  
**MAIL:** Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada  
**E-MAIL:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**CONTACT:** your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre at 1 800 263-1136



# Vous souffrez d'infobésité?

Aujourd'hui, la quantité d'information offerte aux personnes qui doivent prendre des décisions éclairées dans leur travail est tout simplement phénoménale.

## Nous avons l'antidote!

Le vendredi, Statistique Canada publie **Infomat**, notre bulletin hautement informatif où sont résumés nos principaux rapports, enquêtes et produits de données socio-économiques. En 10 pages seulement, **Infomat** présente de l'information clé dans de courts articles comportant des graphiques et des tableaux faciles à consulter sur :

- le commerce
- le commerce de gros et de détail
- les prix à la consommation
- le PIB
- les voyages et le tourisme
- la fabrication
- le transport
- l'emploi
- la finance
- et plus encore

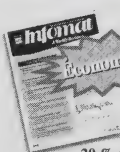
**Investissez 10 minutes de votre temps et moins de 3 \$ par semaine avec Infomat**

**Infomat** vous donne les faits tels quels, parfois étonnants, mais toujours précis et à jour — à raison de moins de 3 \$ par semaine pour un abonnement. En une dizaine de minutes seulement, vous serez en mesure de bien comprendre les changements sociaux et économiques du Canada.

**Infomat** est accessible chaque semaine sur le site Web de Statistique Canada (n° 11-002-XIF au catalogue) et en version imprimée (n° 11-002-XPF au catalogue). Téléchargez-le vous-même chaque vendredi ou demandez-nous de vous l'expédier. À vous de choisir!

### Infomat en direct!

Procurez-vous la version Internet pour 109 \$ par année (plus taxes) à [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?f\\_catno=11-002-XIF](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?f_catno=11-002-XIF)



20% sur un  
abonnement de deux ans  
et 30% sur un  
abonnement de trois ans

Voici cinq moyens faciles de commander la version imprimée d'Infomat (145 \$ par année, plus taxes) :

**TÉLÉPHONE :** 1 800 267-6677 ou (613) 951-7277  
**TÉLÉCOPIEUR :** 1 877 287-4369 ou (613) 951-1584  
**COURRIER :** Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada  
**COURRIEL :** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**COMMUNIQUER :** avec le centre de consultation de Statistique Canada situé dans votre région au 1 800 263-1136

Federal Government Departments and Agencies must include their IS Organisation Code and IS Reference Code with all orders.

**Bypass information overload with Infomat!**  
 Subscribe today.  
 Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)



Les ministères et organismes fédéraux doivent fournir leur code d'organisme RI et leur code de référence RI avec chaque commande.

**Remédiez à l'infobésité avec Infomat!**  
 Abonnez-vous dès aujourd'hui.  
 Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)



# Perspectives on Labour and Income

## Crucial to leading decision makers

**T**he current emphasis on information resonates loudly in the workplace. **Perspectives on Labour and Income** meets your need for accurate, timely and comprehensive information. The bottom line? You get vital data and analysis on the workplace and related issues facing contemporary Canada!

### Your springboard to success

Each analytical article in this quarterly journal has clear charts, tables and summaries.

**Perspectives** reveals the latest labour and demographic statistics – essential to

- ▶ determine how attitudes toward retirement influence investment decisions
- ▶ evaluate the effect of wage trends on union bargaining
- ▶ forecast the effect of employment on the demand for goods and services or social programs
- ▶ compare your organization within your industry
- ▶ develop labour market studies
- ▶ ... and much more!

# L'emploi et le revenu en perspective

## Un outil essentiel pour les décideurs

**D**e nos jours, on attache beaucoup d'importance à

l'information en milieu de travail.

La revue **L'emploi et le revenu en perspective** répond à vos besoins pour des renseignements qui sont à la fois précis, actuels et complets. Vous disposerez alors de données essentielles et d'analyses sur le milieu du travail et sur d'autres défis auxquels le Canada est confronté!

### Le tremplin à votre succès

Les articles analytiques de cette revue trimestrielle comportent des graphiques, des tableaux et des sommaires conçus de façon à présenter clairement les statistiques sur le

marché du travail et les statistiques démographiques qui sont essentielles pour :

- ▶ déterminer dans quelle mesure les attitudes à l'égard de la retraite influent sur les décisions en matière de placements
- ▶ évaluer l'effet des tendances salariales sur les négociations syndicales
- ▶ faire des prévisions relatives à l'incidence de l'emploi sur la demande de biens et de services ou sur les programmes sociaux
- ▶ comparer votre organisation à votre branche d'activité dans son ensemble
- ▶ effectuer des études sur le marché du travail
- ▶ ... et bien plus encore!

### One easy decision: Subscribe today!

When you invest in this Statistics Canada journal, you're investing in your future. **Perspectives on Labour and Income** (cat. no. 75-001-XPE) costs \$58 in Canada (plus applicable taxes) and US\$58 outside Canada.

To subscribe:

CALL toll free 1 800 267-6677 FAX 1 800 889-9734

WRITE to Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 Canada.

Order via E-MAIL at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Or **CONTACT** your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

### Une décision facile à prendre : c'est de vous abonner dès maintenant!

En investissant dans cette revue de Statistique Canada, vous investissez aussi dans votre avenir. **L'emploi et le revenu en perspective** (n° 75-001-XPE au catalogue) se vend 58 \$ au Canada (taxes en sus) et 58 \$ US à l'extérieur du Canada.

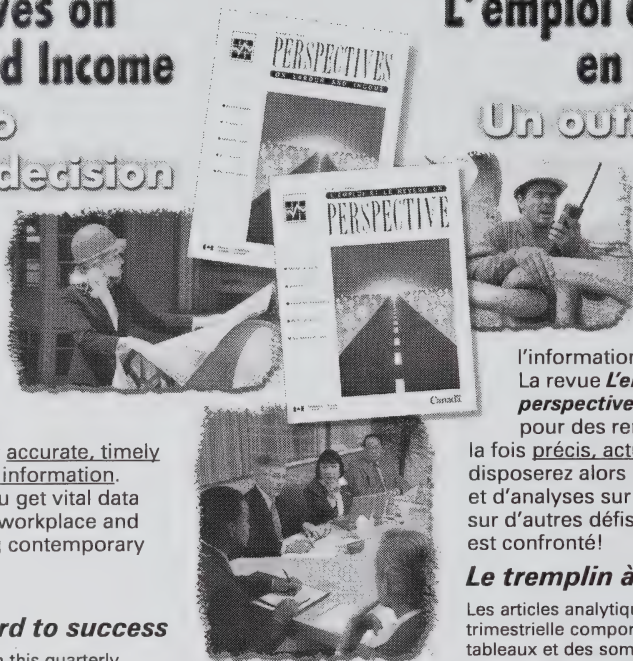
Pour vous abonner :

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677 TÉLÉCOPIEZ au 1 800 889-9734

ÉCRIVEZ à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 Canada.

Commandez par COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Ou **COMMUNIQUEZ** avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication.







Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

September 1999

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Septembre 1999



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

September 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Septembre 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

November 1999

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 9  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 9  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Novembre 1999

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 9  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 9  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Consumers increased spending in retail stores for a fifth consecutive month. Retail sales rose 0.4% in September to \$22.2 billion, following a 1.3% gain in August. Holding prices constant, retail sales remained essentially unchanged in September (-0.1%).

Overall, retailers have been reporting advancing sales since the fall of 1998 after experiencing a slowdown in the spring and summer of the same year. Previously, retail sales had generally been increasing since the start of 1996.

General merchandise stores (+1.6%), stores in the automotive sector (+1.1%) and drug stores (+0.2%) posted the only sales increases in September. All remaining sectors showed lower sales, with clothing (-2.6%) and furniture stores (-0.9%) posting the most significant declines.

### Auto sector drives up quarterly sales

Retail sales increased 3.1% in the third quarter of 1999 compared with the previous quarter. This was one of the largest quarterly gains of the decade. Similar increases were observed in the last quarter of 1996 and in the first quarter of 1994.

The most significant sales increase in the third quarter occurred in the automotive sector (+6.0%) and general merchandise stores (+4.1%). Strong sales by motor and recreational vehicle dealers (+7.2%) plus price-induced increases for gasoline service stations (+6.5%) led to the impressive quarterly result for the automotive sector. Higher sales in general merchandise stores during the third quarter came mostly from department stores (+6.2%).

### Sales in general merchandise stores still on the rise

Consumers increased spending in general merchandise stores for a third straight month in September (+1.6%). Within this sector, sales were up in general merchandise stores not classified as department stores (+1.8%) and in department stores (+1.5%). Department store sales for September include those resulting from the liquidation of inventories held by Eaton's. Sales in general merchandise stores have risen considerably since the fall of 1998 after staying relatively flat in the spring and summer of the same year.

## Faits saillants

Les consommateurs ont augmenté leurs achats dans les magasins de détail pour un cinquième mois consécutif. Les ventes au détail ont progressé de 0,4 % en septembre pour atteindre 22,2 milliards de dollars, après une hausse de 1,3 % en août. En prix constants, les ventes au détail sont demeurées essentiellement inchangées en septembre (-0,1 %).

Dans l'ensemble, les détaillants ont déclaré avoir connu une augmentation de leurs ventes depuis l'automne 1998, après avoir connu un ralentissement au printemps et à l'été de la même année. Avant cette période, les ventes au détail étaient généralement à la hausse depuis le début de 1996.

Les magasins de marchandises diverses (+1,6 %), les commerces du secteur de l'automobile (+1,1 %) et les pharmacies (+0,2 %) ont enregistré les seules augmentations des ventes en septembre. Tous les autres secteurs ont connu une réduction des ventes, les magasins de vêtements (-2,6 %) et de meubles (-0,9 %) accusant les plus fortes baisses.

### Le secteur de l'automobile en tête des ventes trimestrielles

Les ventes au détail ont progressé de 3,1 % au troisième trimestre de 1999 comparativement au trimestre précédent. Cette hausse représente l'un des plus importants gains trimestriels de la décennie. On a observé des augmentations similaires au quatrième trimestre de 1996 et au premier trimestre de 1994.

La montée des ventes la plus marquée au troisième trimestre de 1999 s'est produite dans le secteur de l'automobile (+6,0 %) et dans les magasins de marchandises diverses (+4,1 %). De fortes ventes réalisées par les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+7,2 %), en plus de hausses imputables aux prix pour ce qui est des stations-service (+6,5 %), ont mené au résultat trimestriel impressionnant observé dans le secteur de l'automobile. Les ventes plus élevées dans les magasins de marchandises diverses au cours du troisième trimestre provenaient principalement des grands magasins (+6,2 %).

### Les ventes des magasins de marchandises diverses toujours en hausse

Les consommateurs ont augmenté leurs achats dans les magasins de marchandises diverses pour un troisième mois consécutif en septembre (+1,6 %). Dans ce secteur, les ventes étaient en hausse pour les magasins de marchandises diverses autres que des grands magasins (+1,8 %) ainsi que pour les grands magasins (+1,5 %). Les ventes des grands magasins en septembre comprennent les ventes provenant de la liquidation de stocks détenus par Eaton. Les ventes des magasins de marchandises diverses ont fait un bond considérable depuis l'automne 1998, après avoir été relativement stagnantes au printemps et à l'été de la même année.



### Fourth straight monthly gain for motor vehicle dealers

Sales by motor and recreational vehicle dealers advanced 1.5% in September - a fourth consecutive monthly gain. These increases continue to reflect consumer confidence. Motor and recreational vehicle dealers have experienced rising sales since the summer of 1996.

Higher gas prices (+2.1%) continued to push up sales in gasoline service stations. However, September's 0.6% rise in sales was much weaker than the 4.5% jump in August. So far this year, gasoline service stations have reported strong sales advances, mostly due to higher gas prices. Previously, they had been experiencing declining sales from the spring of 1996.

Sales in clothing stores were down for a second consecutive month in September (-2.6%). Led by men's clothing stores (-4.7%) and women's clothing stores (-3.8%), all types of retailers in this sector contributed to September's decline. Despite lower sales in the preceding two months, sales in clothing stores have generally been increasing since early 1996, marked by periods of weaker increases in the first few months of 1997 and most of 1998.

After marginal declines in July (-0.3%) and August (-0.1%), sales in the furniture sector were down 0.9% in September. While they declined in the last three months, sales in the furniture sector have been strong since the spring of 1996.

### Higher sales in most provinces

Retail sales in September increased in all provinces, except in New Brunswick (-1.8%) and Ontario (-1.1%). Lower sales in the automotive sector, the furniture sector and clothing stores led to these two declines. Overall, sales in New Brunswick have been strong since the fall of 1998, after a period of diminishing sales which started in the spring of that year. In Ontario, September's sales decrease was the first monthly decline of 1999. Retail sales in Ontario have generally been increasing since mid-1996.

Alberta (+3.1%) and Prince Edward Island (+3.0%) posted the strongest retail sales increases in September. Sales in Alberta have been rising considerably in the last four months after showing little progress since the start of 1998. Overall, retail sales in Prince Edward Island have generally been increasing since the summer of 1996, except for a period of diminishing sales in the second half of 1998.

In September, higher sales in the automotive sector and general merchandise stores led to the 1.9% increase in total retail sales in British Columbia. This increase followed a 0.8% decline in August. Retail sales advances in the province since the fall of 1998 have now recaptured losses observed during the rest of that year.

### Quatrième mois consécutif de gains pour les concessionnaires de véhicules automobiles

Les ventes enregistrées par les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont progressé de 1,5 % en septembre pour un quatrième mois consécutif de gains. Ces hausses continuent de refléter la confiance des consommateurs. Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont connu des augmentations des ventes depuis l'été 1996.

Des prix de l'essence plus élevés (+2,1 %) ont continué de faire grimper les ventes dans les stations-service en septembre. Toutefois, l'augmentation de 0,6 % des ventes est très inférieure à celle de 4,5 % qui s'était produite en août. Depuis le début de cette année, les stations-service ont déclaré une forte croissance des ventes, principalement attribuable aux prix plus élevés de l'essence. Avant cette période, elles avaient accusé une diminution des ventes à partir du printemps 1996.

Les ventes des magasins de vêtements étaient en baisse pour un deuxième mois consécutif en septembre (-2,6 %). Ayant en tête les magasins de vêtements pour hommes (-4,7 %) et les magasins de vêtements pour femmes (-3,8 %), tous les types de magasins de ce secteur ont contribué au recul de septembre. Malgré une baisse des ventes au cours des deux derniers mois, les ventes des magasins de vêtements étaient généralement en progression depuis le début de 1996, affichant des périodes de hausses moindres dans les premiers mois de 1997 et au cours de la plus grande partie de 1998.

Après des baisses négligeables en juillet (-0,3 %) et en août (-0,1 %), les ventes du secteur des meubles ont diminué de 0,9 % en septembre. Malgré la faiblesse des trois derniers mois, les ventes du secteur des meubles ont été fortes depuis le printemps 1996.

### Croissance des ventes dans la plupart des provinces

Les ventes au détail ont augmenté dans toutes les provinces en septembre, à l'exception du Nouveau-Brunswick (-1,8 %) et de l'Ontario (-1,1 %). Le fléchissement des ventes dans le secteur de l'automobile, le secteur des meubles et les magasins de vêtements ont mené aux diminutions dans ces deux provinces. Dans l'ensemble, les ventes au Nouveau-Brunswick ont été fortes depuis l'automne 1998, après une période de ventes en baisse qui a commencé au printemps de cette même année. En Ontario, le recul des ventes de septembre représentait la première diminution mensuelle de 1999. Les ventes au détail en Ontario ont été généralement en hausse depuis le milieu de 1996.

L'Alberta (+3,1 %) et l'Île-du-Prince-Édouard (+3,0 %) ont enregistré les plus fortes augmentations des ventes au détail en septembre. Les ventes en Alberta ont grimpé considérablement au cours des quatre derniers mois après avoir connu peu de progrès depuis le début de 1998. Dans l'ensemble, les ventes au détail à l'Île-du-Prince-Édouard ont généralement augmenté depuis l'été 1996, à l'exception d'une période de recul des ventes dans la dernière moitié de 1998.

En septembre, la hausse des ventes dans le secteur de l'automobile et les magasins de marchandises diverses s'est traduite par une augmentation de 1,9 % des ventes au détail totales en Colombie-Britannique. Cette hausse a suivi une baisse de 0,8 % en août. La croissance des ventes au détail en Colombie-Britannique depuis l'automne 1998 a permis de rattraper les pertes observées au cours du reste de l'année.



Consumers in Quebec increased spending in retail stores for a third consecutive month in September (+0.8%). These three months were preceded by relatively unchanged sales in the first half of 1999 and advancing sales in the second half of 1998.

Au Québec, les consommateurs ont augmenté leurs achats dans les magasins de détail pour un troisième mois consécutif en septembre (+0,8 %). Ces trois mois ont été précédés d'une période de ventes relativement inchangées au cours de la première moitié de 1999 et de ventes en hausse au cours de la dernière moitié de 1998.

### Related indicators for October

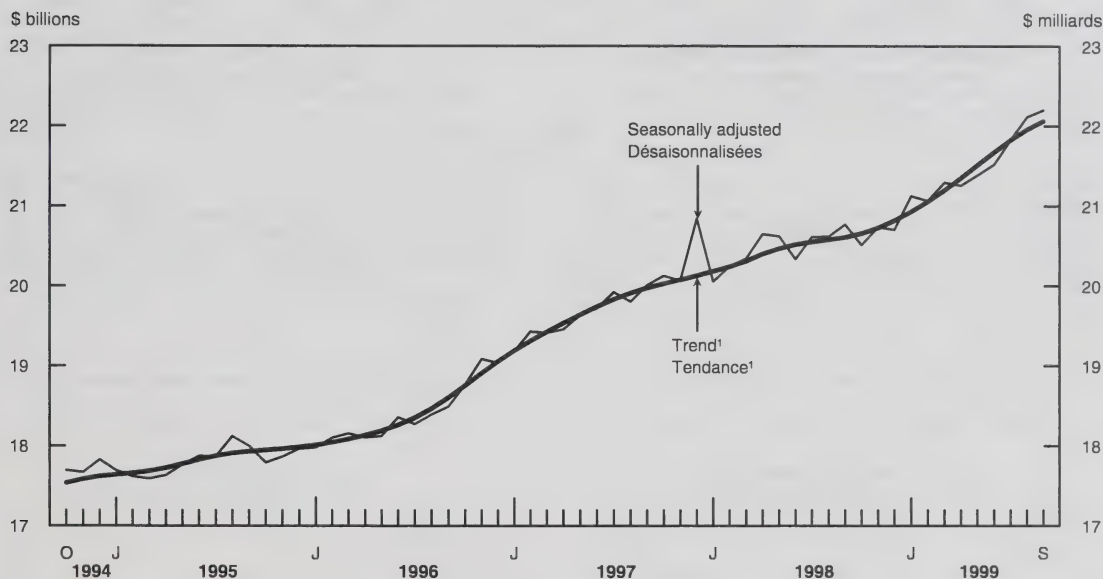
Total employment advanced 0.5% in October, following a similar increase in September (+0.4%). Advances in total employment during the last two months accounted for more than half of all job gains observed since the start of 1999. The number of housing starts retreated in October (-2.2%) compared with the previous month. Industry sources indicate a decline in the number of new motor vehicles sold in October.

### Indicateurs connexes pour le mois d'octobre

Le nombre total d'emplois a augmenté de 0,5 % en octobre, après une hausse similaire en septembre (+0,4 %). L'accroissement du nombre total d'emplois au cours des deux derniers mois représente plus de la moitié de la progression totale de l'emploi observée depuis le début de 1999. Le nombre de mises en chantier a reculé en octobre (-2,2 %) comparativement au mois précédent. Selon des sources de l'industrie, le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en octobre a diminué.

### Retail Sales – Canada

### Canada Ventes au détail – Canada



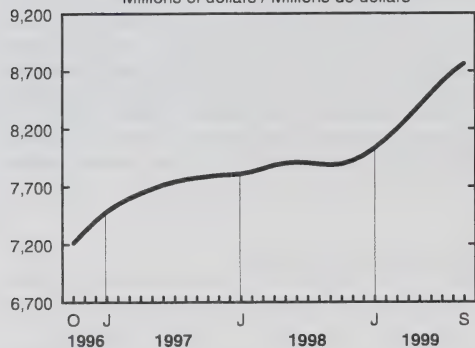
<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

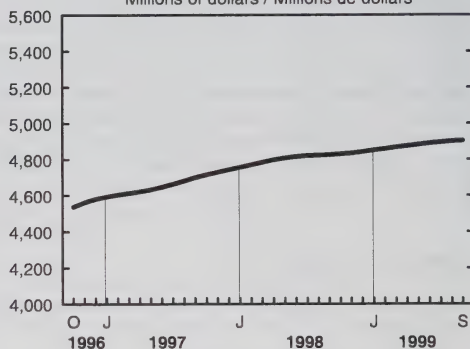


**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**

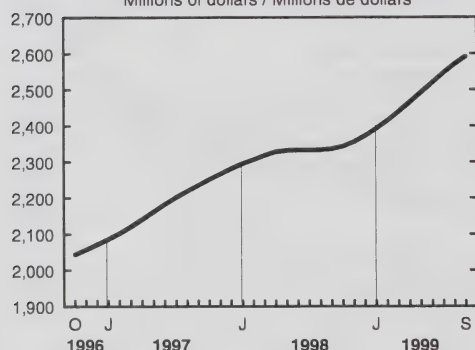
Millions of dollars / Millions de dollars


**Food / Aliments**

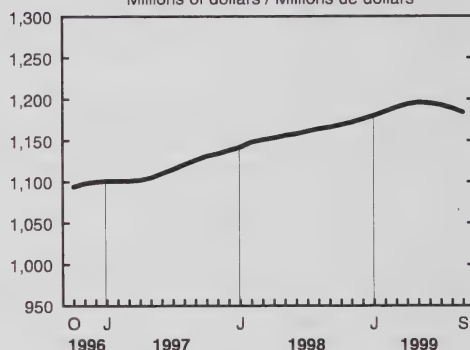
Millions of dollars / Millions de dollars


**General Merchandise / Marchandises diverses**

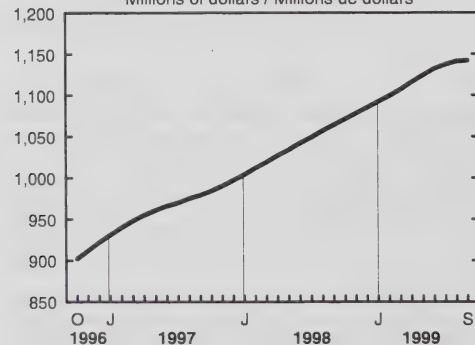
Millions of dollars / Millions de dollars


**Clothing / Vêtements**

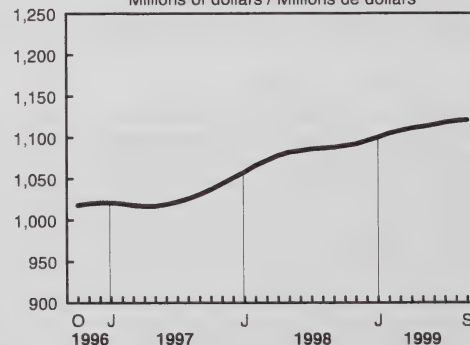
Millions of dollars / Millions de dollars


**Furniture / Meubles**

Millions of dollars / Millions de dollars


**Drug / Médicaments**

Millions of dollars / Millions de dollars


<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.







**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes					September 1999 Septembre	August 1999 Août
	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	Year-to-date 1999 Cumulatif		
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
Trade Group - Canada							
Supermarkets and grocery stores	4,542.2	4,551.8	4,528.6	4,523.7	40,764.5	-0.2	0.5
All other food stores	365.0	363.8	361.3	363.9	3,260.8	0.3	0.7
Drugs and patent medicine stores	1,122.3	1,119.6	1,120.1	1,111.6	10,022.5	0.2	--
Shoe stores	128.5	131.1	135.7	127.3	1,222.4	-2.0	-3.4
Men's clothing stores	126.7	133.0	128.8	123.1	1,150.1	-4.7	3.3
Women's clothing stores	360.8	375.2	373.1	366.9	3,344.1	-3.8	0.6
Other clothing stores	552.1	559.6	572.5	555.1	4,998.6	-1.3	-2.3
Household furniture and appliance stores	930.6	938.1	937.4	954.6	8,205.8	-0.8	--
Household furnishings stores	210.4	213.7	215.1	201.4	1,875.3	-1.5	-0.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,111.5	6,023.6	5,884.7	5,702.5	51,665.7	1.5	2.4
Gasoline service stations	1,518.3	1,508.5	1,443.4	1,401.2	12,561.2	0.6	4.5
Automotive parts, accessories and services	1,251.5	1,249.3	1,216.3	1,246.0	11,109.7	0.2	2.7
General merchandise stores	2,615.6	2,573.9	2,545.3	2,492.4	22,533.4	1.6	1.1
Other semi-durable goods stores	714.4	733.3	723.6	711.1	6,397.4	-2.6	1.3
Other durable goods stores	579.9	582.7	577.0	577.6	5,294.5	-0.5	1.0
Other retail stores	1,069.3	1,055.4	1,062.6	1,061.4	9,373.7	1.3	-0.7
Total, all stores	22,199.1	22,112.7	21,825.5	21,519.9	193,780.2	0.4	1.3
Regions							
Newfoundland	353.7	346.0	343.3	348.5	3,095.3	2.2	0.8
Prince Edward Island	100.6	97.6	97.9	99.0	850.4	3.1	-0.3
Nova Scotia	678.9	677.2	666.4	689.5	5,988.2	0.3	1.6
New Brunswick	547.1	557.2	544.0	535.7	4,794.7	-1.8	2.4
Quebec	5,105.2	5,066.4	5,045.9	4,962.8	45,098.7	0.8	0.4
Ontario	8,495.4	8,590.1	8,390.3	8,249.2	74,051.1	-1.1	2.4
Manitoba	776.7	768.4	747.7	741.9	6,755.4	1.1	2.8
Saskatchewan	658.3	657.3	643.3	637.3	5,753.0	0.2	2.2
Alberta	2,560.7	2,484.4	2,456.5	2,399.9	21,686.6	3.1	1.1
British Columbia	2,845.8	2,793.1	2,816.4	2,782.4	25,049.0	1.9	-0.8
Yukon	28.4	27.4	27.2	27.6	246.3	3.6	0.7
Nunavut	14.8	14.5	14.4	14.9	130.8	2.1	0.7
Northwest Territories	33.4	33.1	32.4	31.1	280.1	0.9	2.2



Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				Year-to-date 1999 Cumulatif	
July 1999 Juillet	June 1999 Juin	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin		
Per cent – Pourcentage							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
0.1	-1.4	1.7	2.6	1.1	1.3	2.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-0.7	-0.6	2.2	1.2	-0.2	1.3	0.8	Tous les autres magasins d'alimentation
0.8	--	4.1	2.6	2.2	2.6	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6.6	-9.7	-4.7	-5.0	-2.0	-4.6	-3.2	Magasins de chaussures
4.6	-3.4	-4.6	-0.6	-1.4	-3.1	-3.2	Magasins de vêtements pour hommes
1.7	-2.3	-0.8	2.9	1.8	3.8	1.1	Magasins de vêtements pour femmes
3.1	-2.1	3.3	4.6	7.8	9.1	7.3	Autres magasins de vêtements
-1.8	4.2	9.5	8.6	7.6	13.0	9.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.8	-3.8	3.4	4.8	7.9	1.2	4.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.2	4.0	9.8	10.3	9.5	6.5	6.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.0	-0.3	17.5	15.7	10.2	8.0	5.8	Stations-service
-2.4	0.5	4.2	5.0	1.4	6.4	4.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.1	--	11.6	11.0	8.9	10.8	7.8	Magasins de marchandises diverses
1.8	-0.2	3.0	7.8	6.2	7.1	4.7	Autres magasins de produits semi-durables
-0.1	-0.7	1.5	3.6	1.6	2.9	5.1	Autres magasins de produits durables
0.1	-0.2	8.6	8.4	10.0	10.6	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>1.4</b>	<b>0.6</b>	<b>6.9</b>	<b>7.3</b>	<b>5.9</b>	<b>5.8</b>	<b>5.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
-1.5	0.4	6.8	9.0	6.1	6.9	6.8	Terre-Neuve
-1.1	5.4	14.8	10.9	10.2	12.2	8.2	Île-du-Prince-Édouard
-3.4	3.1	6.2	5.8	3.9	9.3	4.9	Nouvelle-Écosse
1.5	-1.6	9.9	12.0	8.3	7.2	7.0	Nouveau-Brunswick
1.7	-0.6	6.8	6.3	5.9	6.9	6.1	Québec
1.7	0.7	8.6	10.3	8.6	7.5	7.3	Ontario
0.8	1.5	3.3	5.2	2.6	1.8	2.8	Manitoba
0.9	0.3	1.0	2.9	1.4	2.0	0.2	Saskatchewan
2.4	2.5	6.3	6.1	4.2	3.9	3.1	Alberta
1.2	0.8	4.4	2.1	1.6	1.5	0.8	Colombie-Britannique
-1.4	-0.4	8.0	2.6	3.8	7.8	5.6	Yukon
-3.4	4.2						Nunavut
4.2	3.0						Territoires du Nord Ouest



Table 2

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)

	Sales Ventes				Year-to-date 1999 Cumulatif
	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	
	Millions of dollars – Millions de dollars				
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,528.6	4,504.2	4,991.1	4,559.3	40,552.6
All other food stores	355.1	359.9	385.1	379.3	3,192.9
Drugs and patent medicine stores	1,097.5	1,095.3	1,103.3	1,094.2	9,760.9
Shoe stores	138.7	135.0	129.8	140.2	1,150.5
Men's clothing stores	120.1	109.6	115.8	125.9	987.9
Women's clothing stores	373.8	358.7	371.1	371.5	3,075.3
Other clothing stores	585.5	604.4	524.9	507.6	4,475.4
Household furniture and appliance stores	961.9	943.5	946.0	911.4	7,597.2
Household furnishings stores	216.2	220.4	223.7	215.9	1,787.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,151.1	5,974.3	6,203.9	6,877.1	52,958.0
Gasoline service stations	1,573.6	1,642.9	1,583.7	1,467.5	12,611.0
Automotive parts, accessories and services	1,239.4	1,225.1	1,327.6	1,391.3	10,823.6
General merchandise stores	2,527.7	2,478.0	2,411.2	2,388.0	20,189.1
Other semi-durable goods stores	724.7	756.0	759.1	762.9	5,983.7
Other durable goods stores	562.4	609.5	598.9	569.1	4,825.8
Other retail stores	1,074.5	1,113.9	1,264.4	1,107.6	9,050.4
<b>Total, all stores</b>	<b>22,230.9</b>	<b>22,130.7</b>	<b>22,939.7</b>	<b>22,868.9</b>	<b>189,022.1</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	349.4	357.1	374.0	373.8	3,003.7
Prince Edward Island	101.7	110.9	119.0	109.6	841.2
Nova Scotia	670.6	693.9	718.7	726.1	5,824.4
New Brunswick	547.4	574.9	592.6	584.5	4,680.8
Quebec	5,127.4	5,076.4	5,377.4	5,335.0	44,386.8
Ontario	8,538.7	8,446.6	8,695.5	8,828.9	71,863.5
Manitoba	773.6	764.3	771.8	776.6	6,547.2
Saskatchewan	651.7	662.6	671.6	673.9	5,583.2
Alberta	2,544.5	2,492.6	2,535.0	2,504.9	21,088.0
British Columbia	2,848.5	2,872.4	3,000.0	2,874.0	24,548.0
Yukon	29.1	30.8	33.3	32.4	247.3
Nunavut	14.5	14.9	14.9	14.2	127.7
Northwest Territories	33.8	33.2	36.0	35.0	279.9



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent - Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
3.3	--	3.8	2.6	2.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.7	0.2	-0.2	2.7	0.8	Tous les autres magasins d'alimentation
4.3	3.0	1.4	3.0	3.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.4	-8.7	-0.5	-4.0	-3.2	Magasins de chaussures
-1.8	-2.2	2.3	-5.3	-3.3	Magasins de vêtements pour hommes
-3.6	2.9	3.5	3.8	1.0	Magasins de vêtements pour femmes
3.6	3.7	10.6	7.8	7.3	Autres magasins de vêtements
8.9	9.6	10.2	12.1	9.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.6	5.5	7.9	1.5	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.2	14.7	6.6	5.7	6.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
20.8	16.8	8.8	7.2	6.4	Stations-service
4.7	5.6	0.2	7.5	4.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
12.9	9.9	9.7	10.1	8.4	Magasins de marchandises diverses
3.6	7.9	6.4	7.3	4.8	Autres magasins de produits semi-durables
2.5	1.7	0.8	3.0	4.9	Autres magasins de produits durables
11.1	6.4	12.7	11.6	8.2	Autres magasins de vente au détail
<b>7.8</b>	<b>7.6</b>	<b>6.0</b>	<b>5.9</b>	<b>5.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
8.8	8.5	6.6	7.5	7.0	Terre-Neuve
17.4	12.4	12.4	12.2	9.2	Île-du-Prince-Édouard
7.9	5.7	4.4	8.2	5.0	Nouvelle-Écosse
10.0	12.9	9.2	7.9	7.4	Nouveau-Brunswick
7.8	6.9	5.9	7.2	6.1	Québec
9.2	10.6	8.4	8.1	7.3	Ontario
5.0	5.2	2.5	1.1	2.7	Manitoba
1.5	3.5	1.5	2.3	0.5	Saskatchewan
8.3	6.0	4.3	2.5	3.1	Alberta
4.8	2.7	2.0	0.6	0.8	Colombie-Britannique
9.4	0.7	2.8	7.3	5.5	Yukon
					Nunavut
					Territoires du Nord Ouest



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,023.9	13,779.4	12,749.3	13,584.3	13,696.0
All other food stores	1,100.1	1,109.8	983.1	1,149.8	1,090.5
Drugs and patent medicine stores	3,296.2	3,280.8	3,184.1	3,495.8	3,202.6
Shoe stores	403.5	448.3	298.7	481.6	426.4
Men's clothing stores	345.5	367.4	275.1	560.5	347.6
Women's clothing stores	1,103.6	1,136.9	834.8	1,360.3	1,094.6
Other clothing stores	1,714.8	1,549.8	1,210.9	2,088.0	1,622.6
Household furniture and appliance stores	2,851.3	2,521.3	2,224.5	3,154.8	2,602.2
Household furnishings stores	660.3	614.0	513.0	719.6	627.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	18,329.3	19,798.3	14,830.3	14,844.9	16,607.8
Gasoline service stations	4,800.2	4,265.3	3,545.5	3,855.8	4,164.4
Automotive parts, accessories and services	3,792.1	3,994.1	3,037.4	3,935.6	3,668.0
General merchandise stores	7,416.9	7,107.2	5,664.9	9,323.8	6,689.9
Other semi-durable goods stores	2,239.9	2,198.6	1,545.4	2,509.3	2,113.4
Other durable goods stores	1,770.8	1,685.1	1,369.9	2,151.1	1,742.1
Other retail stores	3,452.8	3,157.5	2,440.0	3,308.2	3,135.1
<b>Total, all stores</b>	<b>67,301.3</b>	<b>67,013.8</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	284.6	284.4	256.0	279.1	280.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	58.6	58.4	55.4	66.2	55.3
Shoe stores	3.8	3.6	2.5	4.6	3.7
Men's clothing stores	3.6	3.7	2.6	7.9	4.2
Women's clothing stores	13.5	13.3	9.1	21.4	13.3
Other clothing stores	16.8	12.8	10.2	24.7	16.3
Household furniture and appliance stores	34.5	29.2	24.2	43.7	29.7
Household furnishings stores	2.4	2.0	1.6	2.8	2.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	281.0	323.6	205.6	178.3	241.8
Gasoline service stations	85.2	71.0	60.8	76.1	82.4
Automotive parts, accessories and services	51.9	55.1	39.6	61.7	51.1
General merchandise stores	152.5	138.7	111.6	210.0	136.4
Other semi-durable goods stores	24.9	23.7	15.4	28.5	22.4
Other durable goods stores	13.2	11.0	7.6	17.5	12.1
Other retail stores	40.3	36.6	30.3	43.3	38.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,080.5</b>	<b>1,080.7</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
2.4	1.7	1.8	2.8	2.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.9	-0.2	1.8	0.8	0.3	Tous les autres magasins d'alimentation
2.9	2.3	4.8	3.0	6.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.4	-3.0	-0.5	-3.0	0.6	Magasins de chaussures
-0.6	-4.2	-5.2	1.5	-0.5	Magasins de vêtements pour hommes
0.8	0.6	1.8	--	-0.3	Magasins de vêtements pour femmes
5.7	9.6	6.8	7.5	9.1	Autres magasins de vêtements
9.6	9.3	8.8	9.0	8.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.3	3.9	4.4	7.3	6.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.4	2.4	8.4	-3.6	5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.3	6.2	-3.4	-8.0	-5.5	Stations-service
3.4	3.6	5.5	10.4	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
10.9	6.8	7.1	4.2	6.0	Magasins de marchandises diverses
6.0	4.0	4.4	3.2	-0.6	Autres magasins de produits semi-durables
1.6	3.2	11.9	7.3	11.3	Autres magasins de produits durables
10.1	8.2	5.5	7.3	5.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
1.6	2.7	1.3	4.6	-2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.0	1.0	-2.8	-2.2	-5.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.7	-2.7	4.2	-4.2	-	Magasins de chaussures
-14.3	-22.9	-7.1	33.9	55.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.5	5.6	5.8	1.4	-0.7	Magasins de vêtements pour femmes
3.1	4.1	15.9	-	2.5	Autres magasins de vêtements
16.2	24.3	30.1	23.1	9.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.1	-	6.7	-12.5	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
16.2	11.4	17.4	1.0	5.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.4	-6.5	-11.6	-0.9	-0.4	Stations-service
1.6	11.8	7.9	16.9	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
11.8	9.0	9.1	4.7	6.7	Magasins de marchandises diverses
11.2	17.3	18.5	-5.0	-14.5	Autres magasins de produits semi-durables
9.1	15.8	16.9	7.4	2.5	Autres magasins de produits durables
3.9	1.4	6.3	6.1	2.9	Autres magasins de vente au détail
<b>7.9</b>	<b>6.7</b>	<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	80.9	74.0	63.7	64.9	70.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	18.2	17.2	16.6	19.6	18.4
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	9.7	5.7	4.0	9.7	8.8
Household furniture and appliance stores	7.7	7.1	5.9	8.8	6.4
Household furnishings store	5.2	4.0	3.0	4.6	4.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	66.9	70.9	45.4	44.6	56.0
Gasoline service stations	38.0	27.7	20.9	24.3	31.8
Automotive parts, accessories and services	18.8	19.9	12.6	19.1	18.2
General merchandise stores	29.0	22.8	16.3	31.6	22.7
Other semi-durable goods stores	18.2	12.6	7.9	12.5	17.5
Other durable goods stores	6.8	6.0	3.0	6.1	5.5
Other retail stores	17.6	13.5	8.9	13.5	16.2
<b>Total, all stores</b>	<b>331.5</b>	<b>293.7</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	515.0	496.3	455.1	487.5	494.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	131.7	125.8	124.6	139.9	130.0
Shoe stores	6.7	6.8	4.7	7.8	6.9
Men's clothing stores	4.6	4.6	3.3	8.1	4.4
Women's clothing stores	29.3	32.1	23.8	44.7	32.4
Other clothing stores	41.3	32.3	25.7	55.4	38.3
Household furniture and appliance stores	62.2	51.0	45.9	68.5	51.4
Household furnishings store	15.5	14.5	11.8	15.2	10.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	511.2	600.6	431.7	431.1	495.2
Gasoline service stations	173.8	152.6	117.1	132.6	146.5
Automotive parts, accessories and services	113.4	116.9	86.6	124.4	110.0
General merchandise stores	221.0	207.6	164.2	311.5	198.3
Other semi-durable goods stores	68.6	59.5	45.0	79.0	68.8
Other durable goods stores	44.1	38.7	31.4	57.4	42.4
Other retail stores	119.9	107.7	80.3	113.0	112.7
<b>Total, all stores</b>	<b>2,083.2</b>	<b>2,071.0</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
14.3	16.5	11.4	5.4	9.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.1	-2.8	-1.8	3.2	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
10.2	11.8	2.6	6.6	20.5	Autres magasins de vêtements
20.3	14.5	5.4	10.0	16.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.1	-	25.0	43.8	104.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
19.5	1.1	6.8	-4.1	-2.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.5	2.2	-15.4	-24.5	-18.7	Stations-service
3.3	5.9	9.6	26.5	14.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
27.8	6.5	-3.0	-5.4	-6.2	Magasins de marchandises diverses
4.0	5.9	8.2	1.6	1.2	Autres magasins de produits semi-durables
23.6	53.8	15.4	13.0	19.6	Autres magasins de produits durables
8.6	11.6	7.2	18.4	14.9	Autres magasins de vente au détail
<b>13.8</b>	<b>7.8</b>	<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
4.2	5.8	2.3	3.5	-5.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.3	-0.5	-1.7	1.6	8.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.9	-5.6	-	-4.9	-4.2	Magasins de chaussures
4.5	-6.1	-10.8	3.8	2.3	Magasins de vêtements pour hommes
-9.6	10.7	19.0	14.9	17.0	Magasins de vêtements pour femmes
7.8	12.5	11.3	9.9	16.1	Autres magasins de vêtements
21.0	17.0	13.1	11.9	14.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
50.5	64.8	51.3	34.5	14.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.2	-0.2	3.1	0.3	-3.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.6	16.4	-1.5	5.6	14.7	Stations-service
3.1	3.3	9.3	10.2	-8.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
11.4	9.2	9.6	6.9	8.4	Magasins de marchandises diverses
-0.3	-9.8	6.9	11.1	18.6	Autres magasins de produits semi-durables
4.0	1.8	18.5	11.9	18.4	Autres magasins de produits durables
6.4	8.7	5.8	6.2	8.4	Autres magasins de vente au détail
<b>6.0</b>	<b>4.5</b>	<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	422.0	398.3	353.8	392.0	389.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	87.1	84.7	80.3	91.5	82.3
Shoe stores	6.9	6.7	4.1	7.4	6.0
Men's clothing stores	6.2	5.8	5.1	11.4	6.3
Women's clothing stores	20.7	21.0	14.4	28.6	20.1
Other clothing stores	33.9	27.4	21.5	44.2	32.7
Household furniture and appliance stores	49.6	40.9	37.6	58.1	42.2
Household furnishings stores	14.4	12.2	9.5	14.6	12.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	481.9	542.3	336.5	300.6	402.7
Gasoline service stations	133.4	110.8	96.2	114.0	127.3
Automotive parts, accessories and services	99.4	106.3	73.6	108.4	97.3
General merchandise stores	180.4	167.1	129.3	246.3	165.2
Other semi-durable goods stores	53.4	50.2	37.8	56.1	47.6
Other durable goods stores	29.1	25.3	18.6	38.1	26.8
Other retail stores	79.5	68.1	49.0	71.8	73.6
<b>Total, all stores</b>	<b>1,714.9</b>	<b>1,685.5</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,679.4	3,598.1	3,334.3	3,506.8	3,498.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	691.7	689.6	681.0	730.6	716.1
Shoe stores	133.7	155.2	88.6	170.0	141.5
Men's clothing stores	72.7	86.2	60.3	120.9	78.0
Women's clothing stores	294.0	317.5	219.6	356.6	307.6
Other clothing stores	435.7	433.2	303.0	492.7	434.1
Household furniture and appliance stores	776.5	697.6	543.4	802.1	708.5
Household furnishings stores	120.1	120.1	90.2	135.8	125.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,450.3	5,045.2	3,580.8	3,526.2	3,976.1
Gasoline service stations	936.3	827.6	711.4	757.9	783.0
Automotive parts, accessories and services	917.5	1,008.3	722.2	978.2	870.5
General merchandise stores	1,434.3	1,439.3	1,116.8	1,741.5	1,322.1
Other semi-durable goods stores	452.3	460.8	299.5	477.7	479.3
Other durable goods stores	357.9	367.0	292.7	427.4	352.7
Other retail stores	505.8	511.2	371.0	513.6	446.0
<b>Total, all stores</b>	<b>15,581.1</b>	<b>16,087.4</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
**(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
8.5	5.9	2.5	6.9	4.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.8	5.0	2.7	4.0	12.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
15.0	17.5	13.9	8.8	-1.6	Magasins de chaussures
-1.6	-1.7	18.6	20.0	14.5	Magasins de vêtements pour hommes
3.0	7.1	7.5	2.9	-3.8	Magasins de vêtements pour femmes
3.7	7.0	10.3	10.2	19.8	Autres magasins de vêtements
17.5	6.5	15.3	11.1	12.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.6	4.3	13.1	10.6	-2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
19.7	7.4	8.2	-17.8	6.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.8	-0.9	-12.4	-6.5	0.5	Stations-service
2.2	3.7	7.9	23.0	12.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.2	5.0	4.9	4.6	7.1	Magasins de marchandises diverses
12.2	6.6	37.5	11.3	6.0	Autres magasins de produits semi-durables
8.6	6.8	10.1	10.4	13.6	Autres magasins de produits durables
8.0	7.8	10.1	22.1	20.7	Autres magasins de vente au détail
<b>10.7</b>	<b>5.9</b>	<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
5.2	5.1	4.1	6.1	3.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.4	-5.6	-2.4	-2.6	3.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.5	-5.0	-2.1	-3.6	-2.5	Magasins de chaussures
-6.8	-8.1	-0.3	5.4	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
-4.4	-4.5	-4.3	-7.5	-5.4	Magasins de vêtements pour femmes
0.4	6.8	7.4	9.2	9.7	Autres magasins de vêtements
9.6	9.9	12.7	9.7	9.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-4.5	-5.6	6.7	9.3	5.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.9	7.9	15.5	1.3	0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.6	10.9	-0.9	-10.5	-9.4	Stations-service
5.4	2.8	-2.1	4.2	-3.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.5	6.0	6.3	3.5	6.9	Magasins de marchandises diverses
-5.6	-7.1	-8.4	4.3	-5.0	Autres magasins de produits semi-durables
1.5	6.6	22.3	8.4	13.6	Autres magasins de produits durables
13.4	7.9	12.7	13.7	-0.4	Autres magasins de vente au détail
<b>6.9</b>	<b>4.9</b>	<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,327.3	4,376.3	4,053.3	4,279.8	4,351.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,382.2	1,395.9	1,339.0	1,450.5	1,330.3
Shoe stores	149.8	171.5	121.1	179.1	162.2
Men's clothing stores	153.1	158.9	116.7	240.4	149.0
Women's clothing stores	439.2	458.4	336.0	555.3	426.5
Other clothing stores	655.7	594.1	473.4	827.5	580.2
Household furniture and appliance stores	1,048.3	923.6	819.0	1,121.1	937.5
Household furnishings stores	286.0	258.5	219.1	307.5	261.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,193.0	7,606.1	5,688.7	5,738.6	6,249.6
Gasoline service stations	1,816.4	1,656.7	1,392.1	1,491.6	1,548.4
Automotive parts, accessories and services	1,458.5	1,555.1	1,191.3	1,507.1	1,410.7
General merchandise stores	2,949.7	2,811.2	2,215.1	3,744.1	2,609.3
Other semi-durable goods stores	1,017.3	972.7	678.3	1,120.1	890.1
Other durable goods stores	707.9	669.7	532.0	881.9	688.3
Other retail stores	1,601.0	1,405.9	1,071.0	1,460.5	1,413.9
<b>Total, all stores</b>	<b>25,680.9</b>	<b>25,509.6</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	547.0	532.3	491.0	536.7	535.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	70.5	68.8	69.5	76.1	69.4
Shoe stores	11.3	12.3	8.9	15.5	12.5
Men's clothing stores	10.8	11.8	7.9	17.0	9.3
Women's clothing stores	29.8	30.1	21.9	34.4	27.2
Other clothing stores	50.7	45.3	37.5	67.3	48.3
Household furniture and appliance stores	85.6	74.6	72.6	103.2	80.2
Household furnishings stores	16.5	14.1	10.8	14.5	13.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	683.7	710.9	597.4	631.4	671.8
Gasoline service stations	178.3	162.0	139.5	144.4	156.3
Automotive parts, accessories and services	110.6	123.0	98.4	123.1	118.0
General merchandise stores	286.4	279.3	224.9	372.8	263.9
Other semi-durable goods stores	54.7	54.3	41.6	74.6	48.7
Other durable goods stores	54.6	55.9	41.2	61.7	52.2
Other retail stores	100.8	94.0	72.3	103.8	90.6
<b>Total, all stores</b>	<b>2,309.7</b>	<b>2,287.0</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
-0.5	-0.5	0.2	1.4	4.9	<b>Ontario</b>
x	x	x	x	x	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.9	6.4	10.5	10.5	15.1	Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.6	-1.4	2.5	-4.5	1.1	Magasins de chaussures
2.8	-0.6	-3.5	2.0	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
3.0	3.9	4.1	5.6	3.6	Magasins de vêtements pour femmes
13.0	18.7	9.0	10.6	11.1	Autres magasins de vêtements
11.8	12.7	8.9	13.4	13.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.2	9.4	4.4	13.7	12.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
15.1	3.2	12.0	-0.3	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.3	10.6	3.6	-6.6	-6.2	Stations-service
3.4	5.6	12.1	15.7	4.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
13.0	8.5	9.0	5.9	6.6	Magasins de marchandises diverses
14.3	11.1	9.6	5.2	4.5	Autres magasins de produits semi-durables
2.8	3.9	12.0	9.7	13.2	Autres magasins de produits durables
13.2	11.6	4.7	7.6	7.7	Autres magasins de vente au détail
<b>9.4</b>	<b>5.3</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
2.2	-0.4	-1.0	5.0	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.6	1.5	3.0	-0.3	3.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-9.6	-3.9	-1.1	11.5	12.6	Magasins de chaussures
16.1	4.4	1.3	4.9	-5.1	Magasins de vêtements pour hommes
9.6	9.9	9.0	3.3	2.6	Magasins de vêtements pour femmes
5.0	4.4	4.5	2.3	4.3	Autres magasins de vêtements
6.7	4.3	5.5	11.7	6.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
25.0	11.0	1.9	-6.5	-9.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.8	-4.8	5.1	-7.7	2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
14.1	6.6	5.0	-2.9	-0.4	Stations-service
-6.3	2.8	12.3	7.4	-0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.5	4.6	5.5	2.8	4.9	Magasins de marchandises diverses
12.3	8.4	6.1	-2.6	-10.6	Autres magasins de produits semi-durables
4.6	2.4	4.8	-	8.8	Autres magasins de produits durables
11.3	7.9	6.6	5.1	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>4.2</b>	<b>0.4</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	476.4	466.0	425.5	473.0	484.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	94.6	95.8	97.8	106.1	98.3
Shoe stores	5.4	6.2	4.6	6.5	5.8
Men's clothing stores	7.6	8.2	6.4	13.0	8.1
Women's clothing stores	24.4	25.7	18.9	30.6	24.1
Other clothing stores	44.5	39.3	31.1	55.7	41.8
Household furniture and appliance stores	61.6	57.2	55.2	81.6	59.5
Household furnishings stores	19.9	19.3	15.8	20.6	19.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	500.2	530.3	411.0	462.6	490.3
Gasoline service stations	178.7	154.6	126.1	137.8	151.5
Automotive parts, accessories and services	132.2	130.8	103.6	139.6	142.8
General merchandise stores	262.5	251.5	204.5	325.8	240.9
Other semi-durable goods stores	43.5	47.9	35.2	57.0	43.6
Other durable goods stores	47.7	46.0	35.2	61.3	46.3
Other retail stores	71.9	67.8	53.7	75.4	71.4
<b>Total, all stores</b>	<b>1,985.9</b>	<b>1,960.5</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,637.6	1,572.6	1,463.9	1,593.4	1,578.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	315.7	311.6	300.3	338.7	288.3
Shoe stores	33.9	33.7	25.4	37.1	35.9
Men's clothing stores	42.7	44.9	37.7	72.3	43.6
Women's clothing stores	104.9	102.7	83.4	126.9	104.3
Other clothing stores	203.4	167.4	141.6	247.6	215.6
Household furniture and appliance stores	353.9	304.8	288.1	416.2	318.5
Household furnishings store	74.4	72.0	63.0	85.6	75.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,068.2	2,133.3	1,701.5	1,771.9	1,927.7
Gasoline service stations	559.2	491.2	406.4	435.7	484.5
Automotive parts, accessories and services	429.2	429.5	328.4	433.2	417.3
General merchandise stores	845.7	793.8	653.3	1,059.1	769.5
Other semi-durable goods stores	209.8	210.7	159.5	253.8	198.2
Other durable goods stores	212.1	197.8	161.1	256.1	212.2
Other retail stores	437.2	413.3	336.8	435.2	411.5
<b>Total, all stores</b>	<b>7,572.1</b>	<b>7,323.5</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-1.7	-2.5	-0.9	1.9	4.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.8	-1.1	0.9	0.6	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.9	-13.9	-14.8	-7.1	-10.8	Magasins de chaussures
-6.2	-9.9	-11.1	-3.0	-3.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.2	4.0	-5.0	-9.7	-9.7	Magasins de vêtements pour femmes
6.5	3.7	11.5	5.3	10.9	Autres magasins de vêtements
3.5	7.7	2.4	-2.6	5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.1	4.3	1.9	-8.4	-6.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.0	-2.3	-7.4	-15.6	-5.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.0	9.0	0.2	-1.6	-0.4	Stations-service
-7.4	3.4	-	12.1	7.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.0	5.5	4.6	2.1	5.7	Magasins de marchandises diverses
-0.2	-3.4	-7.1	-14.7	-3.5	Autres magasins de produits semi-durables
3.0	1.5	5.4	6.1	4.5	Autres magasins de produits durables
0.7	0.9	1.9	-1.2	0.1	Autres magasins de vente au détail
<b>2.2</b>	<b>0.4</b>	<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
3.7	2.4	5.1	8.5	9.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.5	6.0	5.0	-1.8	-4.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.6	-8.4	-4.2	-2.6	12.5	Magasins de chaussures
-2.1	-8.4	-15.1	-4.5	1.6	Magasins de vêtements pour hommes
0.6	0.5	9.0	3.9	3.4	Magasins de vêtements pour femmes
-5.7	-7.2	-3.1	0.4	7.2	Autres magasins de vêtements
11.1	6.2	4.8	7.3	8.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.5	-2.3	2.8	4.9	10.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.3	-5.0	-0.4	-11.8	6.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.4	4.5	-5.1	-9.6	-7.0	Stations-service
2.9	1.5	3.7	11.9	1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.9	5.3	7.6	5.7	9.4	Magasins de marchandises diverses
5.9	5.1	8.2	2.4	-1.6	Autres magasins de produits semi-durables
--	-1.3	4.7	6.1	11.0	Autres magasins de produits durables
6.2	7.4	9.0	6.9	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>6.2</b>	<b>0.5</b>	<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>5.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,997.7	1,928.2	1,806.3	1,921.7	1,961.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	438.3	425.5	412.7	469.0	407.1
Shoe stores	50.1	50.9	37.8	51.8	50.0
Men's clothing stores	41.2	41.0	33.7	65.1	41.8
Women's clothing stores	141.6	130.6	104.1	154.8	133.2
Other clothing stores	220.0	189.5	160.8	259.3	202.9
Household furniture and appliance stores	366.5	331.1	328.7	446.3	363.6
Household furnishings stores	105.0	96.5	87.8	117.8	100.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,048.0	2,192.1	1,798.4	1,730.4	2,060.8
Gasoline service stations	684.1	597.2	462.6	529.5	638.2
Automotive parts, accessories and services	446.0	435.0	371.4	428.3	418.2
General merchandise stores	995.0	936.0	777.0	1,220.7	905.6
Other semi-durable goods stores	289.4	299.2	220.3	342.4	289.4
Other durable goods stores	290.9	262.0	243.5	337.2	297.2
Other retail stores	466.6	429.1	357.8	467.7	448.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,721.0</b>	<b>8,488.1</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	56.1	53.0	46.6	49.5	51.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	1.2	0.9	1.5	1.2
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.9	4.4	4.0	5.1	4.5
Household furnishings stores	1.0	0.8	0.5	0.8	0.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	29.3	35.9
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	60.6	60.0	52.0	60.5	56.0
Other semi-durable goods stores	7.7	7.0	4.9	7.6	7.9
Other durable goods stores	6.4	5.8	3.5	6.5	6.4
Other retail stores	12.2	10.4	8.9	10.3	12.1
<b>Total, all stores</b>	<b>240.4</b>	<b>226.9</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
1.8	-0.3	-0.2	-5.3	-6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
7.7	2.3	4.7	-3.2	-6.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.2	2.2	-2.1	-	0.4	Magasins de chaussures
-1.4	-4.4	-9.4	-6.2	-8.7	Magasins de vêtements pour hommes
6.3	-4.2	-1.7	-5.9	-4.4	Magasins de vêtements pour femmes
8.4	10.4	7.4	3.6	2.2	Autres magasins de vêtements
0.8	1.7	5.9	-0.2	-2.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.0	1.6	-1.0	-5.2	-3.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.6	-2.4	--	-7.4	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
7.2	-7.8	-21.6	-13.2	-5.0	Stations-service
6.6	0.2	1.8	3.1	-4.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.9	4.4	3.7	-0.1	0.7	Magasins de marchandises diverses
-	2.7	2.6	-0.6	-7.4	Autres magasins de produits semi-durables
-2.1	-0.2	6.9	1.2	5.4	Autres magasins de produits durables
4.1	1.5	-2.0	0.8	2.1	Autres magasins de vente au détail
<b>3.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
8.3	5.0	2.9	-	-1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-7.7	-	-16.7	-7.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
8.9	15.8	5.3	-12.1	-4.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.1	-	-44.4	-20.0	12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	-4.9	-3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.2	14.5	6.3	-1.1	2.9	Magasins de marchandises diverses
-2.5	-2.8	-	-11.6	-10.2	Autres magasins de produits semi-durables
-	3.6	-2.8	12.1	18.5	Autres magasins de produits durables
0.8	-19.4	2.3	-	7.1	Autres magasins de vente au détail
<b>9.5</b>	<b>6.4</b>	<b>4.5</b>	<b>-0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	26.7	25.0	22.0	24.1	26.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	13.1	16.0
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	4.6	3.7	2.2	3.8	4.5
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>93.3</b>	<b>88.5</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	21.9	20.0	17.9		
All other food stores	x	x	x		
Drugs and patent medicine stores	x	x	x		
Shoe stores	x	x	x		
Men's clothing stores	x	x	x		
Women's clothing stores	x	x	x		
Other clothing stores	x	x	x		
Household furniture and appliance stores	x	x	x		
Household furnishings stores	x	x	x		
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	26.5	20.5	x		
Gasoline service stations	5.3	4.6	6.2		
Automotive parts, accessories and services	x	x	x		
General merchandise stores	x	x	x		
Other semi-durable goods stores	x	x	1.9		
Other durable goods stores	2.4	2.9	1.8		
Other retail stores	x	x	x		
<b>Total, all stores</b>	<b>102.9</b>	<b>93.8</b>	<b>83.2</b>		



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
0.4	2.0	0.5	-3.2	1.5	<b>Yukon</b>
x	x	x	x	x	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	-3.0	1.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
2.2	8.8	-8.3	-13.6	-6.3	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
4.1	8.2	4.0	-0.8	5.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.5	8.0	6.7		
All other food stores	x	x	x		
Drugs and patent medicine stores	x	x	x		
Shoe stores	x	x	x		
Men's clothing stores	x	x	x		
Women's clothing stores	x	x	x		
Other clothing stores	x	x	x		
Household furniture and appliance stores	x	x	x		
Household furnishings stores	x	x	x		
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x				
Gasoline service stations	x	x	x		
Automotive parts, accessories and services	x	x	x		
General merchandise stores	x	x	x		
Other semi-durable goods stores	x	x	0.7		
Other durable goods stores	x	x	x		
Other retail stores	x	x	x		
<b>Total, all stores</b>	<b>44.2</b>	<b>44.6</b>	<b>38.8</b>		



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
7.5	8.0	6.7			<b>Nunavut</b>
x	x	x			Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x			Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x			Magasins de chaussures
x	x	x			Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x			Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x			Autres magasins de vêtements
x	x	x			Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x			Magasins d'accessoires d'ameublement
x					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x			Stations-service
x	x	x			Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x			Magasins de marchandises diverses
x	x	0.7			Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x			Autres magasins de produits durables
x	x	x			Autres magasins de vente au détail
44.2	44.6	38.8			<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	94.2	94.2	94.8	95.3
All other food stores	86.8	89.5	88.6	90.7
Drugs and patent medicine stores	89.8	91.5	90.6	91.2
Shoe stores	87.4	94.3	88.9	94.7
Men's clothing stores	90.0	89.9	91.5	91.9
Women's clothing stores	82.0	93.3	94.7	95.0
Other clothing stores	91.8	97.1	96.8	97.5
Household furniture and appliance stores	92.9	94.7	93.0	94.6
Household furnishings stores	86.0	88.7	88.6	88.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.5	95.7	95.4	96.0
Gasoline service stations	92.5	92.5	91.8	93.0
Automotive parts, accessories and services	94.8	93.8	92.8	93.1
General merchandise stores	98.8	99.3	99.0	99.3
Other semi-durable goods stores	89.8	91.9	91.5	91.4
Other durable goods stores	89.1	91.0	88.4	89.8
Other retail stores	91.9	94.8	94.9	95.5
<b>Total, all stores</b>	<b>93.5</b>	<b>94.7</b>	<b>94.4</b>	<b>95.1</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	96.7	97.2	96.8	97.4
Prince Edward Island	89.7	93.1	93.2	92.1
Nova Scotia	95.5	95.9	96.2	96.6
New Brunswick	92.9	88.8	94.4	95.3
Quebec	93.2	94.7	93.2	94.8
Ontario	93.7	94.9	94.8	95.3
Manitoba	91.7	93.3	93.7	95.2
Saskatchewan	91.7	93.4	94.2	94.1
Alberta	93.5	95.1	94.4	94.1
British Columbia	94.1	95.0	94.7	95.3
Yukon	88.2	89.0	91.0	92.6
Nunavut	87.0	95.2	99.0	97.1
Northwest Territories	93.8	94.3	93.9	94.3



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

		Coefficient of variation Coefficient de variation		
September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.5	1.6	1.5	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.6	5.1	5.2	5.0	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	2.2	2.1	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.3	3.3	2.6	3.0	Magasins de chaussures
3.1	3.3	3.1	3.0	Magasins de vêtements pour hommes
3.5	2.7	2.2	2.3	Magasins de vêtements pour femmes
2.3	2.6	1.8	1.9	Autres magasins de vêtements
3.9	3.8	4.3	5.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.1	3.8	3.8	3.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.8	3.6	3.4	3.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.4	2.5	2.4	2.4	Stations-service
2.4	2.5	2.2	2.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.9	1.3	1.3	1.1	Magasins de marchandises diverses
4.3	5.0	4.8	4.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	3.2	2.9	3.0	Autres magasins de produits durables
2.6	2.4	1.9	2.0	Autres magasins de vente au détail
<b>1.2</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
4.7	2.3	2.3	2.2	Terre-Neuve
2.2	1.9	1.7	1.7	Île-du-Prince-Édouard
4.6	5.1	4.5	3.8	Nouvelle-Écosse
2.6	3.3	2.9	3.9	Nouveau-Brunswick
3.2	3.0	2.9	3.1	Québec
2.2	2.1	1.9	2.0	Ontario
2.3	2.0	1.9	1.9	Manitoba
2.1	2.0	2.0	2.1	Saskatchewan
2.7	2.3	2.4	2.3	Alberta
1.6	1.7	1.7	1.7	Colombie-Britannique
0.4	0.5	0.5	0.4	Yukon
-	-	-	-	Nunavut
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,542.2	4,551.8	4,528.6	4,523.7	4,588.6	4,521.0	4,517.8
All other food stores	365.0	363.8	361.3	363.9	366.1	356.5	366.6
Drugs and patent medicine stores	1,122.3	1,119.6	1,120.1	1,111.6	1,112.2	1,106.3	1,115.5
Shoe stores	128.5	131.1	135.7	127.3	141.0	141.4	140.7
Men's clothing stores	126.7	133.0	128.8	123.1	127.4	127.4	129.2
Women's clothing stores	360.8	375.2	373.1	366.9	375.5	370.2	373.3
Other clothing stores	552.1	559.6	572.5	555.1	567.2	559.0	555.1
Household furniture and appliance stores	930.6	938.1	937.4	954.6	916.2	862.0	890.6
Household furnishings stores	210.4	213.7	215.1	201.4	209.4	208.2	206.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,111.5	6,023.6	5,884.7	5,702.5	5,485.1	5,623.4	5,689.0
Gasoline service stations	1,518.3	1,508.5	1,443.4	1,401.2	1,405.3	1,392.6	1,318.0
Automotive parts, accessories and services	1,251.5	1,249.3	1,216.3	1,246.0	1,239.4	1,229.5	1,228.0
General merchandise stores	2,615.6	2,573.9	2,545.3	2,492.4	2,492.7	2,446.3	2,440.4
Other semi-durable goods stores	714.4	733.3	723.6	711.1	712.6	700.3	712.7
Other durable goods stores	579.9	582.7	577.0	577.6	581.4	584.7	599.0
Other retail stores	1,069.3	1,055.4	1,062.6	1,061.4	1,064.0	1,025.9	1,012.0
<b>Total, all stores</b>	<b>22,199.1</b>	<b>22,112.7</b>	<b>21,825.5</b>	<b>21,519.9</b>	<b>21,384.2</b>	<b>21,254.7</b>	<b>21,294.1</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	353.7	346.0	343.3	348.5	347.0	335.3	352.0
Prince Edward Island	100.6	97.6	97.9	99.0	93.9	90.3	92.5
Nova Scotia	678.9	677.2	666.4	689.5	668.9	632.2	660.6
New Brunswick	547.1	557.2	544.0	535.7	544.4	523.4	520.5
Quebec	5,105.2	5,066.4	5,045.9	4,962.8	4,994.4	4,983.1	5,019.6
Ontario	8,495.4	8,590.1	8,390.3	8,249.2	8,193.5	8,111.1	8,085.2
Manitoba	776.7	768.4	747.7	741.9	730.7	741.7	751.3
Saskatchewan	658.3	657.3	643.3	637.3	635.7	634.6	628.3
Alberta	2,560.7	2,484.4	2,456.5	2,399.9	2,341.9	2,347.2	2,366.3
British Columbia	2,845.8	2,793.1	2,816.4	2,782.4	2,761.5	2,785.7	2,744.9
Yukon	28.4	27.4	27.2	27.6	27.7	27.2	26.7
Nunavut	14.8	14.5	14.4	14.9	14.3	15.2	14.9
Northwest Territories	33.4	33.1	32.4	31.1	30.2	27.6	31.2



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,496.0	4,494.8	4,457.9	4,489.0	4,454.7	4,465.5	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
360.4	357.2	358.9	357.2	366.0	357.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie
1,112.8	1,102.1	1,070.4	1,079.6	1,084.4	1,078.0	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments
137.4	139.3	139.2	133.7	135.1	134.9	brevetés
128.5	126.0	129.0	133.4	131.4	132.8	Magasins de chaussures
374.5	374.6	361.8	372.6	362.1	363.7	Magasins de vêtements pour hommes
547.1	530.9	517.8	542.0	540.3	534.6	Magasins de vêtements pour femmes
887.5	888.8	881.6	866.9	856.5	849.6	Autres magasins de vêtements
						Magasins de meubles et d'appareils
206.1	205.0	207.6	219.0	206.1	203.4	ménagers
						Magasins d'accessoires
5,601.6	5,544.3	5,464.6	5,429.7	5,246.4	5,564.1	d'ameublement
1,286.5	1,287.4	1,276.6	1,273.5	1,289.2	1,291.8	Concessionnaires de véhicules automobiles
1,196.7	1,253.0	1,226.7	1,218.1	1,222.4	1,201.6	et récréatifs
						Stations-service
2,436.1	2,490.7	2,369.8	2,341.2	2,349.6	2,342.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour
682.5	706.9	688.5	711.7	706.6	693.6	automobiles et services
596.1	616.1	567.1	571.5	575.3	571.1	Magasins de marchandises diverses
1,015.3	1,007.8	985.1	995.9	985.1	985.0	Autres magasins de produits semi-durables
						Autres magasins de produits durables
						Autres magasins de vente au détail
<b>21,065.0</b>	<b>21,125.0</b>	<b>20,702.5</b>	<b>20,734.9</b>	<b>20,511.1</b>	<b>20,769.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
335.9	333.6	323.3	333.6	329.4	331.3	Terre-Neuve
89.3	89.3	85.8	86.2	85.6	87.6	Île-du-Prince-Édouard
660.0	654.5	651.1	646.1	641.0	639.0	Nouvelle-Écosse
513.2	509.2	493.8	496.0	486.1	497.7	Nouveau-Brunswick
4,955.4	4,965.9	4,823.3	4,834.1	4,775.3	4,782.1	Québec
7,976.2	7,960.1	7,775.3	7,835.7	7,739.0	7,823.5	Ontario
746.2	750.8	737.4	735.1	726.3	752.2	Manitoba
622.8	635.4	629.6	626.6	625.4	651.9	Saskatchewan
2,355.5	2,374.2	2,360.4	2,347.0	2,316.3	2,408.2	Alberta
2,738.3	2,780.9	2,752.4	2,725.1	2,718.6	2,727.0	Colombie-Britannique
28.0	26.1	26.2	26.2	25.7	26.3	Yukon
13.5	14.3					Nunavut
30.6	30.5					Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,528.6	4,504.2	4,991.1	4,559.3	4,700.0	4,520.1	4,289.5
All other food stores	355.1	359.9	385.1	379.3	379.3	351.1	345.5
Drugs and patent medicine stores	1,097.5	1,095.3	1,103.3	1,094.2	1,094.1	1,092.4	1,100.2
Shoe stores	138.7	135.0	129.8	140.2	165.0	143.1	109.0
Men's clothing stores	120.1	109.6	115.8	125.9	126.3	115.2	95.9
Women's clothing stores	373.8	358.7	371.1	371.5	402.4	363.0	308.3
Other clothing stores	585.5	604.4	524.9	507.6	540.8	501.4	466.9
Household furniture and appliance stores	961.9	943.5	946.0	911.4	834.8	775.1	791.5
Household furnishings stores	216.2	220.4	223.7	215.9	205.1	193.1	194.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,151.1	5,974.3	6,203.9	6,877.1	6,464.1	6,457.2	6,102.2
Gasoline service stations	1,573.6	1,642.9	1,583.7	1,467.5	1,453.1	1,344.8	1,255.9
Automotive parts, accessories and services	1,239.4	1,225.1	1,327.6	1,391.3	1,366.5	1,236.3	1,094.7
General merchandise stores	2,527.7	2,478.0	2,411.2	2,388.0	2,452.6	2,266.7	2,105.9
Other semi-durable goods stores	724.7	756.0	759.1	762.9	806.1	629.6	553.7
Other durable goods stores	562.4	609.5	598.9	569.1	583.0	533.0	469.0
Other retail stores	1,074.5	1,113.9	1,264.4	1,107.6	1,091.4	958.5	863.0
<b>Total, all stores</b>	<b>22,230.9</b>	<b>22,130.7</b>	<b>22,939.7</b>	<b>22,868.9</b>	<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	349.4	357.1	374.0	373.8	371.0	335.8	323.3
Prince Edward Island	101.7	110.9	119.0	109.6	98.8	85.2	80.4
Nova Scotia	670.6	693.9	718.7	726.1	701.6	643.3	605.6
New Brunswick	547.4	574.9	592.6	584.5	577.4	523.6	478.8
Quebec	5,127.4	5,076.4	5,377.4	5,335.0	5,497.5	5,255.0	4,743.3
Ontario	8,538.7	8,446.6	8,695.5	8,828.9	8,613.5	8,067.2	7,611.6
Manitoba	773.6	764.3	771.8	776.6	761.8	748.6	714.7
Saskatchewan	651.7	662.6	671.6	673.9	652.8	633.8	585.4
Alberta	2,544.5	2,492.6	2,535.0	2,504.9	2,466.9	2,351.6	2,279.7
British Columbia	2,848.5	2,872.4	3,000.0	2,874.0	2,846.7	2,767.4	2,652.4
Yukon	29.1	30.8	33.3	32.4	30.3	25.8	24.6
Nunavut	14.5	14.9	14.9	14.2	14.9	15.4	14.5
Northwest Territories	33.8	33.2	36.0	35.0	31.1	27.7	31.3



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
3,981.0	4,478.8	4,739.8	4,180.4	4,664.1	4,382.8	40,552.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
315.8	321.8	443.2	339.7	366.9	345.6	3,192.9	Tous les autres magasins d'alimentation
1,020.4	1,063.5	1,342.0	1,055.7	1,098.1	1,051.8	9,760.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
81.3	108.4	176.8	150.5	154.4	148.2	1,150.5	Magasins de chaussures
80.0	99.1	262.2	158.5	139.8	122.3	987.9	Magasins de vêtements pour hommes
252.2	274.3	583.8	394.6	381.8	387.7	3,075.3	Magasins de vêtements pour femmes
356.9	387.0	892.5	607.1	588.3	565.3	4,475.4	Autres magasins de vêtements
689.3	743.7	1,306.5	944.1	904.1	883.0	7,597.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
160.1	158.4	264.0	237.1	218.5	210.8	1,787.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
4,535.2	4,192.9	4,732.2	4,926.3	5,186.3	5,580.8	52,958.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,106.0	1,183.5	1,261.3	1,254.1	1,340.3	1,302.3	12,611.0	Stations-service
899.7	1,043.0	1,349.6	1,317.5	1,268.5	1,183.2	10,823.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1,743.3	1,815.7	3,953.3	2,863.6	2,507.0	2,238.9	20,189.1	Magasins de marchandises diverses
478.6	513.0	1,073.3	749.8	686.2	699.3	5,983.7	Autres magasins de produits semi-durables
423.3	477.6	1,069.7	559.6	521.8	548.5	4,825.8	Autres magasins de produits durables
776.8	800.3	1,365.8	934.7	1,007.6	966.9	9,050.4	Autres magasins de vente au détail
<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>	<b>21,033.7</b>	<b>20,617.3</b>	<b>189,022.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
256.8	262.5	394.5	343.2	339.7	321.1	3,003.7	Terre-Neuve
66.3	69.3	102.9	84.0	86.6	86.6	841.2	Île-du-Prince-Édouard
526.1	538.5	788.4	654.7	656.3	621.3	5,824.4	Nouvelle-Écosse
398.4	403.2	590.6	499.4	508.3	497.5	4,680.8	Nouveau-Brunswick
3,903.2	4,071.6	5,432.2	4,712.7	4,933.4	4,758.4	44,386.8	Québec
6,415.9	6,645.6	9,604.9	7,943.4	7,861.9	7,818.3	71,863.5	Ontario
600.6	635.2	898.4	736.1	763.1	736.5	6,547.2	Manitoba
500.4	551.0	759.7	633.4	670.6	641.9	5,583.2	Saskatchewan
1,898.1	2,014.7	2,873.0	2,351.7	2,395.0	2,349.8	21,088.0	Alberta
2,276.0	2,410.6	3,293.2	2,651.0	2,750.8	2,717.7	24,548.0	Colombie-Britannique
20.6	20.4	28.2	23.4	25.5	26.6	247.3	Yukon
12.0	12.4					127.7	Nunavut
25.6	26.2					279.9	Territoires du Nord Ouest



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	111.0	107.7	105.1	101.1	860.4
Prince Edward Island	30.9	36.5	35.9	31.7	247.0
Nova Scotia	207.0	215.7	202.4	196.9	1,678.2
New Brunswick	162.0	163.9	155.8	150.3	1,281.1
Quebec	1,578.4	1,578.2	1,612.2	1,575.5	13,230.3
Ontario	2,970.3	2,945.6	2,873.4	2,876.7	24,053.6
Manitoba	222.9	227.7	220.2	217.8	1,854.2
Saskatchewan	202.1	209.2	200.5	204.2	1,713.6
Alberta	800.9	817.7	778.0	768.2	6,549.4
British Columbia	992.6	976.7	968.6	932.9	8,106.3
Yukon	6.7	7.6	7.5	7.0	53.4
Nunavut	11.7	12.2	12.1	11.4	102.5
Northwest Territories	12.1	11.7	12.2	13.2	103.8
<b>Total</b>	<b>7,308.6</b>	<b>7,310.4</b>	<b>7,183.9</b>	<b>7,086.8</b>	<b>59,833.7</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars
	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	111.0	107.7	105.1	101.1	102.9	92.4	90.2
Prince Edward Island	30.9	36.5	35.9	31.7	28.1	22.7	22.7
Nova Scotia	207.0	215.7	202.4	196.9	198.6	177.2	178.9
New Brunswick	162.0	163.9	155.8	150.3	151.3	139.6	131.6
Quebec	1,578.4	1,578.2	1,612.2	1,575.5	1,683.7	1,507.1	1,321.8
Ontario	2,970.3	2,945.6	2,873.4	2,876.7	2,905.7	2,632.2	2,465.3
Manitoba	222.9	227.7	220.2	217.8	217.9	210.9	201.4
Saskatchewan	202.1	209.2	200.5	204.2	200.0	192.9	181.5
Alberta	800.9	817.7	778.0	768.2	759.5	711.8	700.2
British Columbia	992.6	976.7	968.6	932.9	932.6	896.6	873.2
Yukon	6.7	7.6	7.5	7.0	5.8	5.3	5.2
Nunavut	11.7	12.2	12.1	11.4	12.2	12.1	11.4
Northwest Territories	12.1	11.7	12.2	13.2	11.9	11.7	11.6
<b>Total</b>	<b>7,308.6</b>	<b>7,310.4</b>	<b>7,183.9</b>	<b>7,086.8</b>	<b>7,210.1</b>	<b>6,612.6</b>	<b>6,194.9</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent - Pourcentage				
				<b>Régions</b>
11.7	8.4	8.7	8.6	8.8 Terre-Neuve
12.4	10.9	11.8	17.8	8.4 Île-du-Prince-Édouard
8.9	7.3	5.5	8.5	6.8 Nouvelle-Écosse
9.0	10.1	7.6	7.0	7.9 Nouveau-Brunswick
1.4	2.1	3.1	2.6	2.6 Québec
8.8	9.4	10.0	10.4	8.9 Ontario
10.2	5.3	6.7	6.9	5.7 Manitoba
4.9	4.5	2.7	5.6	3.1 Saskatchewan
7.4	4.6	6.0	6.1	4.6 Alberta
6.1	5.1	4.6	4.1	4.0 Colombie-Britannique
4.7	-3.8	4.2	6.1	2.1 Yukon
				Nunavut
				Territoires du Nord Ouest
<b>6.6</b>	<b>6.3</b>	<b>6.7</b>	<b>6.9</b>	<b>5.9 Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre	Year 1999 Année
Millions of dollars - Millions de dollars						
						<b>Régions</b>
74.9	75.1	171.5	140.0	115.7	99.4	860.4 Terre-Neuve
19.0	19.5	44.9	30.0	28.1	27.5	247.0 Île-du-Prince-Édouard
147.0	154.5	334.3	243.2	210.0	190.1	1,678.2 Nouvelle-Écosse
110.8	115.8	247.8	184.3	164.2	148.6	1,281.1 Nouveau-Brunswick
1,117.2	1,256.2	2,214.4	1,623.4	1,617.6	1,556.1	13,230.3 Québec
2,141.4	2,243.0	4,456.2	3,135.9	2,835.5	2,729.2	24,053.6 Ontario
164.4	171.0	358.5	249.0	229.6	202.3	1,854.2 Manitoba
155.8	167.4	316.7	224.9	216.7	192.6	1,713.6 Saskatchewan
594.6	618.5	1,240.4	862.3	790.6	746.0	6,549.4 Alberta
737.0	796.1	1,502.0	999.9	962.4	935.6	8,106.3 Colombie-Britannique
4.2	4.1	8.5	5.8	6.7	6.4	53.4 Yukon
9.4	10.0					102.5 Nunavut
9.8	9.6					103.8 Territoires du Nord Ouest
<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>	<b>10,924.3</b>	<b>7,720.6</b>	<b>7,200.0</b>	<b>6,855.7</b>	<b>59,833.7 Total</b>



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1997</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3	0.5
June	110.0	22,868.9	5.9	20,787.7	4.5
July	109.5	22,939.7	6.0	20,945.8	4.0
August	109.7	22,130.7	7.6	20,181.8	5.0
September	110.2	22,230.9	7.8	20,171.7	5.0
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois			
	Millions \$	%	Millions \$	%		
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		<b>1997</b>
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Janvier
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Février
						Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	...	<b>220,955.1</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	--		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	...	<b>229,054.6</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
108.1	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Février
108.1	21,294.1	1.1	19,691.8	0.5		Mars
108.9	21,254.7	-0.2	19,519.5	-0.9		Avril
109.1	21,384.2	0.6	19,608.0	0.5		Mai
109.2	21,519.9	0.6	19,710.0	0.5		Juin
109.6	21,825.5	1.4	19,920.6	1.1		Juillet
110.1	22,112.7	1.3	20,082.0	0.8		Août
110.6	22,199.1	0.4	20,065.4	--		Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.c.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir

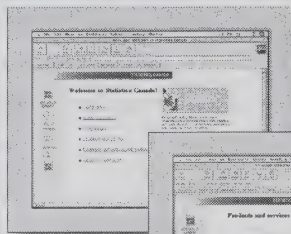


<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>
6331	Gasoline service stations
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>
6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>
6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>
6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>
6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>
6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

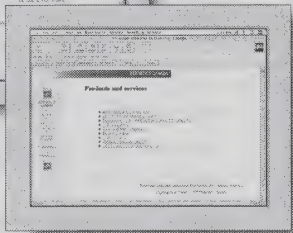
<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# GET Connected



TO STATISTICS  
CANADA'S  
ON-LINE  
CATALOGUE  
OF PRODUCTS  
AND SERVICES



Internet users now can link up to **Information on Products and Services (IPS)**, Statistics Canada's newly expanded on-line catalogue.

Up-to-date and complete, **IPS** is a fully searchable listing of all current Statistics Canada publications, research papers, electronic products and services. It is the most extensive reference source available on all of Statistics Canada's information assets.

As part of our World Wide Web site, the **IPS** connects users to more than 2,000 entries documenting the full range of Statistics Canada products and services. With **IPS**, you find what you want, when you want it. Whether you're searching for the latest census information, health sector tables or news-breaking economic reports, **IPS** has it listed.

Not sure exactly what you're looking for? No problem! **IPS** features a powerful **search tool** that locates thematically related products and services in a matter of seconds. Just type in the word that fits best and the system will point you to the sources where information is available. It's that easy.

## YOUR INTERNET ACCESS ROUTE TO STATISTICS CANADA DATA

To start your search, go to "Products and Services" and then click on "Catalogue". Simple on-screen directions will guide you along.

As you will see, **IPS** provides you with key information on Statistics Canada releases: who to contact for customized data retrievals, what you can download either free of charge or at cost, and how you can obtain what you see listed on-screen. **IPS** also highlights time-saving features of the products and services we sell from our nine reference centres across Canada. It's the kind of information you need most when making those important purchase decisions.

The Statistics Canada Web Site "is full of interesting facts and figures. There is no better place to get the big picture on the Canadian economy."

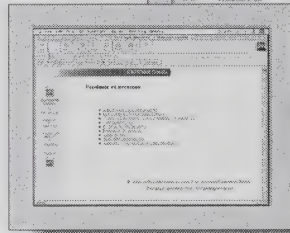
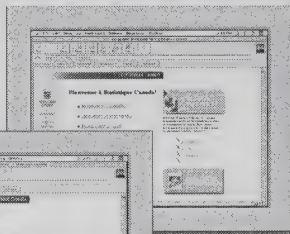
— David Zgodzinski  
The Globe and Mail

Visit our Web site TODAY and discover how easily  
**IPS** can work for you.

<http://www.statcan.ca>

# Branchez- VOUS

AU CATALOGUE  
EN LIGNE DES  
PRODUITS ET  
SERVICES DE  
STATISTIQUE  
CANADA



Les internautes peuvent maintenant se relier au nouveau catalogue augmenté de Statistique Canada, **Information sur des**

**produits et services (IPS)**. À jour et complet, **IPS** offre une liste détaillée et facile à consulter des documents de recherche, produits électroniques, services et publications actuels de Statistique Canada. Il constitue la source de référence la plus complète sur les fonds d'information de l'agence.

Accessible à partir de notre site Web, **IPS** relie les utilisateurs à plus de 2 000 entrées décrivant la gamme complète des produits et services de Statistique Canada et leur permet de trouver ce qu'ils cherchent au moment où ils en ont besoin. Quelle que soit l'information recherchée, renseignements du plus récent recensement, tableaux sur le secteur de la santé ou rapports d'actualité sur l'économie, vous la trouverez dans **IPS**.

Vous ne savez pas exactement ce que vous cherchez? Aucun problème! **IPS** offre un **outil de recherche** puissant qui permet de repérer en quelques secondes les produits et services associés à un thème particulier. Il suffit de taper le mot qui décrit le mieux l'information recherchée pour que le système vous indique les sources où elle figure. C'est tout aussi simple que cela.

## VOTRE CHEMIN D'ACCÈS INTERNET VERS LES DONNÉES DE STATISTIQUE CANADA

Pour commencer votre recherche, choisissez «Produits et services» puis cliquez sur «Catalogue». Des directives simples à l'écran vous aideront à naviguer.

Vous constaterez que **IPS** offre des renseignements essentiels sur les produits offerts par Statistique Canada : personne-ressource pour l'adaptation des extractions de données, ce que vous pouvez télécharger gratuitement ou moyennant des frais, comment obtenir les produits ou services qui figurent dans la liste à l'écran. **IPS** vous fait aussi gagner du temps en vous présentant les points saillants des produits et services vendus dans nos neuf centres de consultation au Canada. C'est le genre d'information essentielle dont vous avez besoin pour prendre des décisions d'acquisition importantes.

Le site Web de Statistique Canada «regorge de faits et chiffres intéressants. Aucune autre source n'offre une meilleure perspective globale sur l'économie canadienne.»

— David Zgodzinski  
The Globe and Mail

Visitez notre site Web dès AUJOURD'HUI et découvrez  
la souplesse et l'efficacité de **IPS**.





# ORDER FORM

## Statistics Canada

### TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

### METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.

▶ Subscription will begin with the next issue to be released.

▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.

▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.

▶ Cheque or money order should be made payable to the  
Receiver General for Canada.

▶ GST Registration # R121491807

SUBTOTAL

DISCOUNT  
(if applicable)

GST (7%)  
(Canadian clients only, where applicable)

Applicable PST  
(Canadian clients only, where applicable)

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF 097019

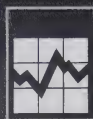
## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

Canada





# BON DE COMMANDE

## Statistique Canada

### POUR COMMANDER :

**COURRIER**  
Statistique Canada  
Opérations et intégration  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6

**TÉLÉPHONE**  
1 800 267-6677

**TÉLÉCOPIEUR**  
1 800 889-9734

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.

**INTERNET** order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)

**1 800 363-7629**  
Appareils de télécommunications  
pour les malentendants

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

( )

( )

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

### MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature

☐ Paiement inclus \$

☐ N° du bon  
de commande  
(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

	Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.	<b>TOTAL</b>	
		<b>RÉDUCTION</b> (s'il y a lieu)	
	L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.	<b>TPS (7 %)</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)	
		<b>TVP en vigueur</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)	
	Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.	<b>TVH en vigueur</b> (N.-É., N.-B., T.-N.)	
		<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	
	Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.	<b>PF097019</b>	
	Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.		
	TPS N° R121491807		

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada  
Statistics Canada

Canada



# Do You Suffer from Information Overload?

The amount of information available to people whose jobs depend on educated decision-making has exploded.

## We Have a Cure!

Every Friday, Statistics Canada releases **Infomat**, our highly informative review that sums up our major socio-economic reports, surveys and product releases. In only 10 pages, **Infomat** presents key information in short articles with easy-to-read charts and tables about:

- trade
- transportation
- consumer prices
- GDP
- travel and tourism
- manufacturing
- retailing and wholesaling
- employment
- finance
- and much more

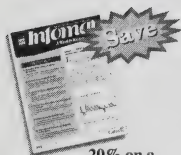
**Invest just 10 minutes and less than \$3 a week with Infomat**

**Infomat** gives you the straight facts—sometimes surprising, always precise and up-to-date—and all for less than \$3 a week when you subscribe! In about 10 minutes, you can gain a precise understanding of the latest social and economic developments in Canada.

**Infomat** is available every week on the Statistics Canada Web site (Catalogue No. 11-002-X1E) and in paper (Catalogue No. 11-002-XPE). Download it yourself every Friday, or have us send it to you—the choice is yours!

### Unzip Infomat on line!

The Internet version is available for \$109 per year (plus taxes) at [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-X1E](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-X1E)



20% on a  
2-year subscription  
or 30% on a  
3-year subscription

There are 5 easy ways to order the print version of **Infomat** (\$145 per year, plus taxes):

**CALL:** 1 800 267-6677 or (613) 951-7277  
**FAX:** 1 877 287-4369 or (613) 951-1584  
**MAIL:** Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada  
**E-MAIL:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**CONTACT:** your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre at 1 800 263-1136

Federal Government Departments and Agencies must include their IS Organization Code and IS Reference Code with all orders.

**Bypass information overload with Infomat!**  
 Subscribe today.  
 Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)



# Vous souffrez d'infobésité?

Aujourd'hui, la quantité d'information offerte aux personnes qui doivent prendre des décisions éclairées dans leur travail est tout simplement phénoménale.

## Nous avons l'antidote!

Le vendredi, Statistique Canada publie **Infomat**, notre bulletin hautement informatif où sont résumés nos principaux rapports, enquêtes et produits de données socioéconomiques. En 10 pages seulement, **Infomat** présente de l'information clé dans de courts articles comportant des graphiques et des tableaux faciles à consulter sur :

- le commerce
- le commerce de gros et de détail
- les prix à la consommation
- le PIB
- les voyages et le tourisme
- la fabrication
- le transport
- l'emploi
- la finance
- et plus encore

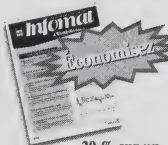
**Investissez 10 minutes de votre temps et moins de 3 \$ par semaine avec Infomat**

**Infomat** vous donne les faits tels quels, parfois étonnants, mais toujours précis et à jour — à raison de moins de 3 \$ par semaine pour un abonnement. En une dizaine de minutes seulement, vous serez en mesure de bien comprendre les changements sociaux et économiques du Canada.

**Infomat** est accessible chaque semaine sur le site Web de Statistique Canada (n° 11-002-X1F au catalogue) et en version imprimée (n° 11-002-XPF au catalogue). Téléchargez-le vous-même chaque vendredi ou demandez-nous de vous l'expédier. À vous de choisir!

### Infomat en direct!

Procurez-vous la version Internet pour 109 \$ par année (plus taxes) à [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi/f/?catno=11-002-X1F](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi/f/?catno=11-002-X1F)



20% sur un  
abonnement de deux ans  
et 30% sur un  
abonnement de trois ans

Voici cinq moyens faciles de commander la version imprimée d'**Infomat** (\$145 \$ par année, plus taxes) :

**TÉLÉPHONE :** 1 800 267-6677 ou (613) 951-7277  
**TÉLÉCOPIER :** 1 877 287-4369 ou (613) 951-1584  
**COURRIER :** Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada  
**COURRIEL :** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**COMMUNIQUEZ :** avec le centre de consultation de Statistique Canada situé dans votre région au 1 800 263-1136

Les ministères et organismes fédéraux doivent fournir leur code d'organisme RI et leur code de référence RI avec chaque commande.

**Remédiez à l'infobésité avec Infomat!**  
 Abonnez-vous dès aujourd'hui.  
 Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)



# For and About Businesses Serving the Business of Canada ...

At last, current data and expert analysis on this VITAL sector in one publication!

The services sector now dominates the industrial economies of the world. Telecommunications, banking, advertising, computers, real estate, engineering and insurance represent an eclectic range of services on which all other economic sectors rely.

Despite their critical economic role, however, it has been hard to find out what's happening in these industries. Extensive and time-consuming efforts have, at best, provided a collection of diverse bits and pieces of information ... an incomplete basis for informed understanding and effective action.

Now, instead of this fragmented picture, **Services Indicators** brings you a cohesive whole. An innovative quarterly from Statistics Canada, this publication **breaks new ground**, providing **timely** updates on performance and developments in:

- Communications
- Finance, Insurance and Real Estate
- Business Services

**Services Indicators** brings together analytical tables, charts, graphs and commentary in a stimulating and inviting format. From a wide range of key financial indicators including profits, equity, revenues, assets and liabilities, to trends and analysis of employment, salaries and output – PLUS a probing feature article in every issue, **Services Indicators** gives you the complete picture for the first time!

Finally, anyone with a vested interest in the services economy can go to **Services Indicators** for current information on these industries ... both at-a-glance and in more detail than has ever been available before – all in one unique publication.

If your business is serving business in Canada, or if you are involved in financing, supplying, assessing or actually using these services, **Services Indicators** is a turning point – an opportunity to forge into the future armed with the most current insights and knowledge.

Order YOUR subscription to **Services Indicators** today!

**Services Indicators** (catalogue no. 63-016-XPB) is \$116 (plus GST/HST and applicable PST) in Canada, US\$116 in the United States and US\$116 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-800-889-9734 or (613) 951-1584 or call 1-800-267-6677 toll-free in Canada and the United States [(613) 951-7277 elsewhere] and charge to your VISA or MasterCard. Via Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Visit our Web Site [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca).

# Au sujet des entreprises au service des affaires du Canada et à leur intention...

Enfin regroupées en une publication, des données courantes et des analyses éclairées sur ce secteur ESSENTIEL!

Le secteur des services domine à l'heure actuelle les économies industrielles du monde. Les télécommunications, les opérations bancaires, la publicité, l'informatique, l'immobilier, le génie et l'assurance représentent une gamme éclectique de services sur lesquels reposent tous les autres secteurs économiques.

En dépit de leur rôle critique sur le plan économique, il est toutefois difficile de savoir ce qui se passe dans ces branches d'activité. Des efforts considérables et fastidieux ont permis, au mieux, de rassembler une collection de renseignements fragmentaires divers... qui ne favorisent pas la compréhension avisée et la prise de mesures efficaces.

Remplacez maintenant ce tableau fragmentaire par l'image cohérente que vous offre **Indicateurs des services**. Cette publication trimestrielle innovatrice de Statistique Canada **pénètre dans un domaine inexploré**, fournissant des aperçus **opportuns** du rendement et des progrès dans les domaines suivants :

- Communications
- Finance, assurance et immobilier
- Services aux entreprises

**Indicateurs des services** rassemble des tableaux analytiques, des diagrammes, des graphiques et des observations en un mode de présentation stimulant et attrayant. En puisant à même une vaste gamme d'indicateurs financiers importants, allant notamment des profits, des capitaux propres, des recettes, de l'actif et du passif aux tendances et analyses de l'emploi, des salaires et de la production – à laquelle s'ajoute un article de fond exploratif dans chaque numéro, **Indicateurs des services** brosse pour la première fois un tableau complet!

Enfin, quiconque s'intéresse au secteur des services peut consulter **Indicateurs des services** pour trouver des renseignements **courants** sur ces branches d'activité... tant sous une **forme sommaire qu'à un niveau de détail n'ayant jamais encore été offert** – et ce, dans une même publication.

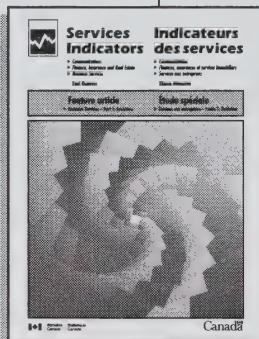
Si vous êtes de ceux qui fournissent des services aux entreprises canadiennes, ou si vous financez, fournissez ou évaluez ces services ou y avez en fait recours, **Indicateurs des services** représente un tournant – une chance de s'aventurer dans l'avenir en étant armé des réflexions et connaissances les plus actuelles.

Commandez dès aujourd'hui VOTRE abonnement à **Indicateurs des services**!

**Indicateurs des services** (n° 63-016-XPB au catalogue) coûte 116 \$ (plus TPS/TVH et la TVP en vigueur) au Canada, 116 \$ US aux États-Unis et 116 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste qui figure dans la présente publication).

Si vous préférez, vous pouvez télécopier votre commande en composant le 1-800-889-9734 ou le (613) 951-1584 ou téléphoner sans frais du Canada et des États-Unis au 1-800-267-6677 [ou d'ailleurs au (613) 951-7277] et porter les frais à votre compte VISA ou MasterCard. Via Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Visitez notre site Internet: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca).







Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

October 1999

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Octobre 1999

Gouvernement  
du Canada



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or a subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

October 1999

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Octobre 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

January 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 10  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 10  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Janvier 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 10  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 10  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Declining sales by motor and recreational vehicle dealers pushed down total retail sales by 1.4% in October to \$21.9 billion. This follows a 0.3% increase in September, which was a fifth consecutive monthly gain. Excluding sales by motor and recreational vehicle dealers, retail sales advanced 0.8% in October.

Despite October's setback, retail sales have generally been increasing since the fall of 1998 after slowing down in the spring and summer of that year. Prior to the slowdown in 1998, sales had generally been rising for more than two years.

Retail sales for the first 10 months of 1999 were 5.3% higher than the same period in 1998. Holding prices constant, the year-to-date increase was 3.7%.

In October, consumers reduced spending in the automotive sector (-4.8%) and at general merchandise stores (-0.6%). On the other hand, they spent more in furniture stores (+5.0%), clothing stores (+4.1%) and in stores classified as "other retail" (+1.4%). The "other retail" category includes retailers such as liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and book stores.

### Auto sales get pulled over

October's retreat in sales within the automotive sector came mostly from lower sales by motor and recreational vehicle dealers. After four months of strong increases, sales by motor and recreational vehicle dealers fell 7.1% in October. This was the largest monthly decline since January 1998 (-12.9%).

Industry sources suggest that strong sales in recent months in both Canada and the United States led to early liquidation of 1999 models. This early sellout, coupled with a shortage of popular 2000 models due to strong consumer demand, could have resulted in lower sales in October. Overall, motor and recreational vehicle dealers have generally been reporting advancing sales since mid-1996.

In October, automotive parts, accessories and services stores posted a 0.4% reduction in sales, completely offsetting the gain in September. Sales in these stores have remained essentially unchanged since the start of 1999 after a year of increases. Still running on higher gasoline prices, sales in service stations increased 0.9%. Over the last 10 months, sales by gasoline service stations have increased 19.7% after about three years of general declines.

## Faits saillants

La diminution des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs a fait régresser l'ensemble des ventes au détail en octobre de 1,4 %, qui s'établissent ainsi à 21,9 milliards de dollars. Cette diminution fait suite à une augmentation de 0,3 % en septembre, ce qui constituait un cinquième mois consécutif de hausse. Si l'on exclut les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, les ventes au détail ont progressé de 0,8 % en octobre.

Malgré le recul d'octobre, les ventes au détail ont augmenté depuis l'automne 1998 après avoir subi un ralentissement au printemps et à l'été de la même année. Avant le ralentissement de 1998, les ventes au détail avaient, en général, affiché une progression depuis plus de deux ans.

Les ventes au détail des dix premiers mois de 1999 étaient de 5,3 % supérieures à celles de la même période en 1998. En prix constants, l'augmentation globale des dix premiers mois de l'année était de 3,7 %.

En octobre, les consommateurs ont réduit leurs dépenses dans le secteur de l'automobile (-4,8 %) et dans les magasins de marchandises diverses (-0,6 %). Par contre, ils ont dépensé davantage dans les magasins de meubles (+5,0 %) et de vêtements (+4,1 %) ainsi que dans les magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» (+1,4 %). Cette dernière catégorie comprend notamment les magasins de boissons alcoolisées et d'articles de sport ainsi que les quincailleries et les librairies.

### Recul des ventes d'automobiles

La diminution des ventes observée dans le secteur de l'automobile en octobre a été causée principalement par la baisse des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs. Après quatre mois de fortes hausses, les ventes de ces concessionnaires ont chuté de 7,1 % en octobre. Il s'agit de la plus forte diminution mensuelle depuis janvier 1998 (-12,9 %).

Selon des sources de l'industrie, les fortes ventes des derniers mois tant au Canada qu'aux États-Unis ont entraîné une liquidation hâtive des modèles 1999. Cette liquidation hâtive, jumelée à une pénurie de modèles 2000 populaires due à la forte demande des consommateurs, pourrait expliquer les ventes moins importantes en octobre. Dans l'ensemble, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs indiquent des ventes à la hausse depuis le milieu de 1996.

En octobre, les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et de services ont affiché une diminution des ventes de 0,4 %, ce qui élimine ainsi complètement l'augmentation de septembre. Les ventes de ces magasins sont demeurées pratiquement inchangées depuis le début de 1999 après une année marquée de hausses. Tirant toujours profit du prix élevé de l'essence, les ventes des stations-service ont augmenté de 0,9 % en octobre. Au cours des dix derniers mois, les ventes des stations-service se sont accrues de 19,7 %, après environ trois années de baisses généralisées.



### Consumers stayed away from general merchandise stores

Consumers reduced spending in general merchandise stores in October after three months of increases. Within this sector, sales at department stores fell by 0.8%, following a weak 0.1% gain in September. Department store sales include those resulting from the liquidation of inventories held by Eaton's stores. After a 1.9% jump in September, sales by other general merchandise stores were also down in October (-0.4%). Sales in the overall general merchandise sector have increased considerably in 1999 after a period of relatively flat sales in the spring and summer of 1998. Cumulative year-to-date sales in 1999 were 7.9% higher than the same period in 1998.

### Furniture and clothing sectors bounced back

After three months of weak sales, the furniture sector resumed its strong upward movement started in the spring of 1996. During the first 10 months of 1999, cumulative sales in the furniture sector were 8.8% higher than the same period of 1998, marking the largest year-to-date percentage change of all retail sectors.

In October, clothing stores recaptured losses of the previous two months. All types of clothing stores posted increasing sales in October, with shoe stores (+7.7%) leading the way. Overall, retailers in clothing stores have experienced advancing sales since early 1996, punctuated by periods of weak sales increases.

### Auto sector dragged down sales across provinces

For the first time since January 1998, retail sales were down in all provinces in October. As in January 1998, lower sales in the automotive sector accounted for the weakness seen in all provinces this October.

The three Prairie provinces led provincial declines in sales during October. After four consecutive monthly gains, retail sales were down 5.4% in Manitoba and 3.1% in Alberta. Retail sales in Manitoba and Alberta have generally been increasing since the fall of 1998 after staying relatively flat for the rest of that year. In Saskatchewan, diminishing sales in the last two months (-3.3% in October and -1.2% in September) offset a sequence of monthly increases that started in March 1999. Overall, retail sales in Saskatchewan have shown no progress since the start of 1998.

Retail sales in Quebec fell 1.2% in October after increasing in the previous three months. Retailers in Quebec have experienced rising sales since the summer of 1998, despite a slowdown in sales during the first half of 1999.

Retail sales in British Columbia were down 1.1% in October following a 1.7% gain in September. Since the fall of 1998, sales in British Columbia have recaptured losses observed during the rest of that year.

### Les consommateurs sont demeurés à l'écart des magasins de marchandises diverses

Les consommateurs ont réduit leurs dépenses dans les magasins de marchandises diverses en octobre, après trois mois d'augmentations. Dans ce secteur, les ventes des grands magasins ont diminué de 0,8 %, après une faible hausse de 0,1 % en septembre. Les ventes des grands magasins comprennent les ventes provenant de la liquidation des stocks dans les magasins Eaton. Les ventes des autres magasins de marchandises diverses ont également diminué en octobre (-0,4 %), après un gain de 1,9 % en septembre. Les ventes pour l'ensemble du secteur des magasins de marchandises diverses ont fait un bond considérable en 1999 après avoir été relativement stables au printemps et à l'été 1998. Les ventes cumulatives depuis le début de 1999 se sont accrues de 7,9 % par rapport à la même période en 1998.

### Les secteurs des meubles et des vêtements rebondissent

Après trois mois de faibles ventes, le secteur des meubles a repris sa forte progression amorcée au printemps 1996. Au cours des dix premiers mois de 1999, les ventes cumulatives du secteur des meubles étaient en hausse de 8,8 % comparativement à la même période de 1998. Cela représente la plus forte variation en pourcentage de tous les secteurs de vente au détail depuis le début de l'année.

En octobre, le secteur des vêtements a récupéré les pertes subies au cours des deux mois précédents. Tous les genres de magasins de vêtements enregistraient, en octobre, une augmentation des ventes. Les magasins de chaussures ont affiché la plus forte hausse (+7,7 %). Dans l'ensemble, les ventes des magasins de vêtements ont connu un essor depuis le début de 1996, malgré des périodes de faibles hausses.

### Le secteur de l'automobile provoque une diminution des ventes dans toutes les provinces

Pour la première fois depuis janvier 1998, les ventes au détail étaient en perte de vitesse dans toutes les provinces en octobre. Tout comme en janvier 1998, la chute des ventes dans le secteur de l'automobile a été à l'origine de la faiblesse constatée dans toutes les provinces au cours du mois d'octobre.

Les trois provinces des Prairies ont vu leurs ventes fléchir plus fortement que toute autre province en octobre. Après quatre mois consécutifs de croissances, les ventes au détail ont reculé de 5,4 % au Manitoba et de 3,1 % en Alberta. Dans ces deux provinces, les ventes au détail avaient en général augmenté depuis l'automne 1998 après avoir été relativement stagnantes le reste de l'année. En Saskatchewan, le ralentissement des ventes au cours des deux derniers mois (-3,3 % en octobre et -1,2 % en septembre) a neutralisé une série d'augmentations mensuelles amorcées en mars 1999. Dans l'ensemble, les ventes au détail en Saskatchewan n'ont enregistré aucune progression depuis le début de 1998.

Au Québec, les ventes au détail ont régressé de 1,2 % en octobre, à la suite des augmentations au cours des trois mois précédents. Les détaillants de cette province ont connu une croissance de leurs ventes depuis l'été 1998, malgré un ralentissement durant la première moitié de 1999.

En Colombie-Britannique, les ventes au détail ont diminué de 1,1 % en octobre, après un gain de 1,7 % en septembre. Depuis l'automne 1998, les ventes en Colombie-Britannique ont récupéré les pertes observées au cours de cette même année.



Consumers in Ontario reduced spending in retail stores for a second consecutive month in October (-0.6%). These monthly declines come after an eight-month stretch of advances in retail sales. Ontario's retailers have been experiencing increasing sales since mid-1996.

En Ontario, les consommateurs ont réduit, en octobre, leurs achats dans les magasins de vente au détail pour un deuxième mois consécutif (-0,6 %). Ces diminutions mensuelles suivent une série de huit mois de hausses continues au chapitre des ventes au détail. Les ventes des détaillants ontariens sont en croissance depuis le milieu de 1996.

### Related indicators for November

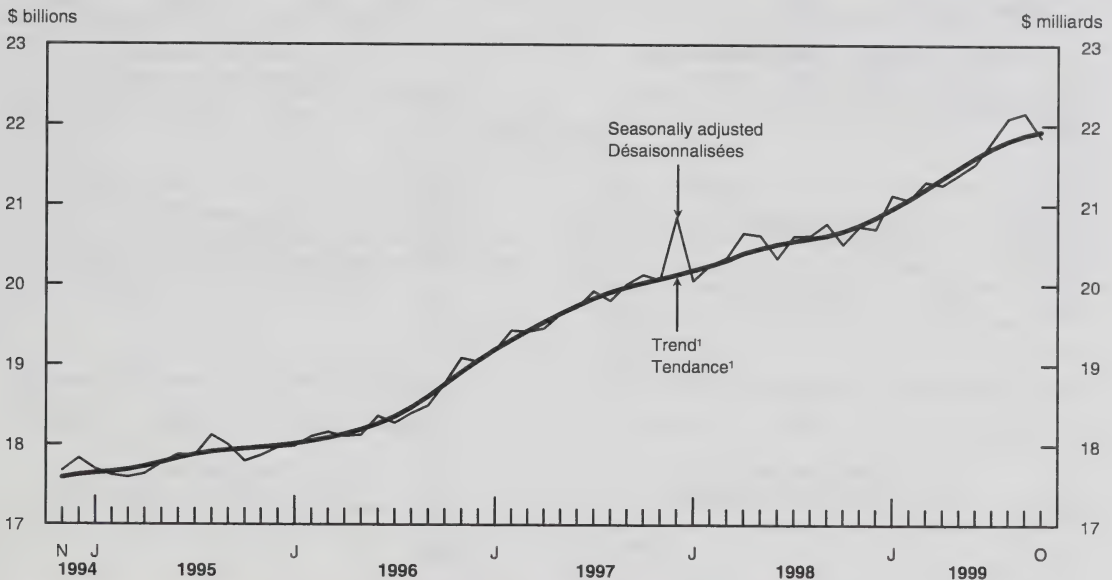
Advances in full-time jobs pushed up total employment for a third consecutive month in November (+0.4%). Sources in the automotive industry indicated an increase in the number of new motor vehicles sold in November. Housing starts increased 5.1% in November compared with the previous month.

### Indicateurs connexes pour le mois de novembre

Le nombre total d'emplois a augmenté pour un troisième mois d'affilée en novembre (+0,4 %), en raison de l'accroissement du nombre d'emplois à temps plein. Selon des sources de l'industrie de l'automobile, le nombre de véhicules neufs vendus en novembre était à la hausse. Le nombre de mises en chantier s'est accru de 5,1 % en novembre par rapport au mois précédent.

### Retail Sales – Canada

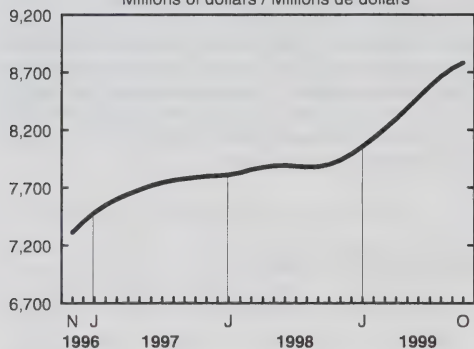
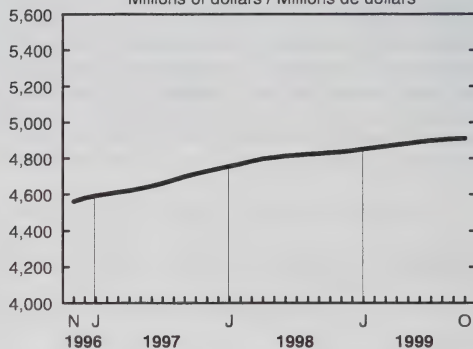
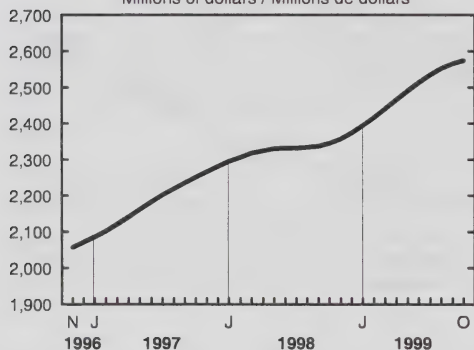
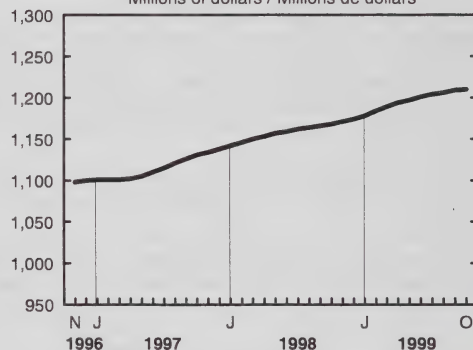
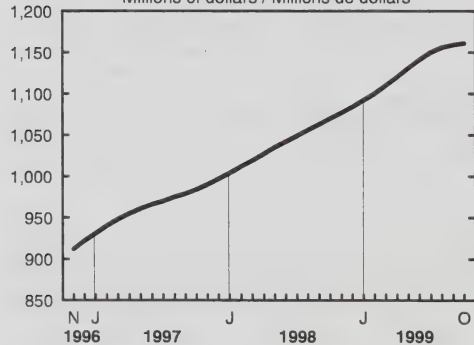
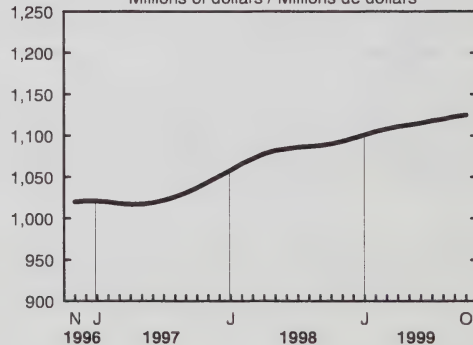
### Canada Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Médicaments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.







**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	Year-to-date 1999 Cumulatif	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
Trade Group - Canada							
Supermarkets and grocery stores	4,548.3	4,550.9	4,551.2	4,527.9	45,320.2	-0.1	0.0
All other food stores	361.1	363.5	363.0	360.8	3,619.1	-0.7	0.1
Drugs and patent medicine stores	1,125.6	1,123.9	1,119.4	1,119.8	11,149.2	0.2	0.4
Shoe stores	138.1	128.2	131.7	136.1	1,361.2	7.7	-2.7
Men's clothing stores	132.4	127.4	132.5	129.3	1,283.2	3.9	-3.8
Women's clothing stores	376.8	358.9	376.4	374.0	3,721.1	5.0	-4.6
Other clothing stores	568.8	553.9	560.8	573.1	5,571.0	2.7	-1.2
Household furniture and appliance stores	976.1	926.7	940.7	937.5	9,180.7	5.3	-1.5
Household furnishings stores	219.1	211.1	214.2	215.4	2,095.9	3.8	-1.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,649.9	6,079.5	5,992.8	5,857.0	57,225.1	-7.1	1.4
Gasoline service stations	1,528.7	1,514.5	1,511.5	1,443.9	14,089.6	0.9	0.2
Automotive parts, accessories and services	1,249.1	1,254.3	1,249.5	1,216.4	12,361.9	-0.4	0.4
General merchandise stores	2,574.2	2,590.3	2,569.0	2,541.0	25,073.1	-0.6	0.8
Other semi-durable goods stores	727.8	713.7	734.0	724.2	7,125.8	2.0	-2.8
Other durable goods stores	590.9	583.8	584.4	577.9	5,891.9	1.2	-0.1
Other retail stores	1,085.5	1,072.4	1,056.0	1,064.1	10,464.4	1.2	1.6
Total, all stores	21,852.4	22,153.1	22,087.0	21,798.5	215,533.9	-1.4	0.3
Regions							
Newfoundland	345.8	352.1	344.3	342.4	3,436.9	-1.8	2.3
Prince Edward Island	98.6	99.9	97.5	97.8	948.1	-1.3	2.5
Nova Scotia	679.5	679.9	677.2	666.6	6,668.9	-0.1	0.4
New Brunswick	542.5	548.6	556.8	543.7	5,338.0	-1.1	-1.5
Quebec	5,035.2	5,098.3	5,059.9	5,041.2	50,115.8	-1.2	0.8
Ontario	8,418.0	8,466.5	8,582.8	8,378.5	82,421.1	-0.6	-1.4
Manitoba	730.8	772.3	768.2	746.6	7,480.5	-5.4	0.5
Saskatchewan	628.4	649.8	657.9	641.6	6,371.8	-3.3	-1.2
Alberta	2,491.9	2,571.3	2,477.5	2,451.4	24,177.1	-3.1	3.8
British Columbia	2,807.3	2,838.1	2,790.3	2,814.8	27,844.2	-1.1	1.7
Yukon	26.4	28.1	27.1	27.1	272.0	-6.0	3.7
Nunavut	14.1	14.8	14.5	14.4	144.9	-4.7	2.1
Northwest Territories	33.9	33.3	33.1	32.3	313.8	1.8	0.6



Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
August 1999 Août	July 1999 Juillet	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
0.5	0.1	2.1	1.9	2.6	1.1	2.1 Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.6	-0.9	-1.3	1.8	0.9	-0.4	0.5 Tous les autres magasins d'alimentation
0.0	0.7	3.8	4.3	2.6	2.2	3.3 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.2	6.9	2.2	-5.0	-4.6	-1.7	-2.6 Magasins de chaussures
2.5	5.0	0.8	-4.1	-1.0	-1.0	-2.7 Magasins de vêtements pour hommes
0.6	1.9	4.1	-1.3	3.2	2.0	1.4 Magasins de vêtements pour femmes
-2.1	3.2	5.3	3.6	4.8	7.9	7.2 Autres magasins de vêtements
0.3	-1.8	14.0	9.1	8.9	7.6	9.8 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-0.6	7.0	6.3	3.8	5.0	8.0	4.7 Magasins d'accessoires d'ameublement
2.3	2.7	7.7	9.3	9.7	9.0	6.8 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.7	3.0	18.6	17.2	15.9	10.2	7.0 Stations-service
2.7	-2.4	2.2	4.4	5.1	1.4	3.9 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.1	1.9	9.6	10.6	10.8	8.7	7.9 Magasins de marchandises diverses
1.4	1.8	3.0	2.9	7.9	6.3	4.5 Autres magasins de produits semi-durables
1.1	0.1	2.7	2.2	3.9	1.7	5.0 Autres magasins de produits durables
-0.8	0.3	10.2	8.9	8.4	10.2	8.0 Autres magasins de vente au détail
<b>1.3</b>	<b>1.3</b>	<b>6.5</b>	<b>6.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.8</b>	<b>5.3 Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>						
0.6	-1.8	5.0	6.3	8.5	5.8	6.5 Terre-Neuve
-0.3	-1.2	15.2	14.0	10.8	10.1	8.8 Île-du-Prince-Édouard
1.6	-3.3	6.0	6.4	5.8	3.9	5.0 Nouvelle-Écosse
2.4	1.5	11.6	10.2	11.9	8.3	7.4 Nouveau-Brunswick
0.4	1.6	5.4	6.6	6.1	5.8	6.0 Québec
2.4	1.6	8.8	8.2	10.2	8.4	7.4 Ontario
2.9	0.6	0.6	2.7	5.2	2.5	2.5 Manitoba
2.5	0.7	0.5	-0.3	3.0	1.2	0.1 Saskatchewan
1.1	2.1	7.6	6.8	5.8	4.0	3.5 Alberta
-0.9	1.2	3.3	4.1	2.0	1.5	1.0 Colombie-Britannique
-	-1.8	2.7	6.8	1.5	3.4	5.0 Yukon
0.7	-3.4					Nunavut
2.5	3.9					Territoires du Nord Ouest



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				Year-to-date 1999 Cumulatif
	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	
	Millions of dollars – Millions de dollars				
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,630.5	4,542.2	4,504.2	4,991.1	45,196.7
All other food stores	362.7	358.9	359.9	385.1	3,559.4
Drugs and patent medicine stores	1,125.5	1,100.1	1,095.3	1,103.3	10,889.0
Shoe stores	157.7	139.0	135.0	129.8	1,308.5
Men's clothing stores	138.2	120.0	109.6	115.8	1,126.0
Women's clothing stores	400.9	373.6	358.7	371.1	3,476.0
Other clothing stores	616.0	586.0	604.4	524.9	5,091.9
Household furniture and appliance stores	1,009.4	959.7	943.5	946.0	8,604.4
Household furnishings stores	229.3	216.4	220.4	223.7	2,016.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,438.5	6,160.8	5,974.3	6,203.9	58,406.2
Gasoline service stations	1,587.6	1,566.3	1,642.9	1,583.7	14,191.3
Automotive parts, accessories and services	1,258.5	1,243.1	1,225.1	1,327.6	12,085.8
General merchandise stores	2,680.0	2,499.6	2,478.0	2,411.2	22,841.0
Other semi-durable goods stores	700.3	722.6	756.0	759.1	6,681.9
Other durable goods stores	530.9	566.2	609.5	598.9	5,360.5
Other retail stores	1,094.1	1,075.6	1,113.9	1,264.4	10,145.6
<b>Total, all stores</b>	<b>21,960.2</b>	<b>22,230.1</b>	<b>22,130.7</b>	<b>22,939.7</b>	<b>210,981.5</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	346.2	349.5	357.1	374.0	3,350.0
Prince Edward Island	96.4	101.1	110.9	119.0	937.0
Nova Scotia	676.8	673.1	693.9	718.7	6,503.7
New Brunswick	550.9	551.2	574.9	592.6	5,235.5
Quebec	5,065.0	5,133.7	5,076.4	5,377.4	49,458.1
Ontario	8,409.3	8,533.9	8,446.6	8,695.5	80,268.0
Manitoba	750.7	773.7	764.3	771.8	7,298.0
Saskatchewan	661.2	651.7	662.6	671.6	6,244.4
Alberta	2,526.7	2,538.3	2,492.6	2,535.0	23,608.5
British Columbia	2,804.5	2,846.8	2,872.4	3,000.0	27,350.8
Yukon	25.0	29.0	30.8	33.3	272.2
Nunavut	14.3	14.4	14.9	14.9	141.9
Northwest Territories	33.2	33.7	33.2	36.0	313.0



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
-0.7	3.6	0.0	3.8	1.7 Supermarchés d'alimentation et épiceries
-1.1	3.8	0.2	-0.2	0.7 Tous les autres magasins d'alimentation
2.5	4.6	3.0	1.4	3.2 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.1	-6.2	-8.7	-0.5	-2.6 Magasins de chaussures
-1.1	-1.9	-2.2	2.3	-3.0 Magasins de vêtements pour hommes
5.0	-3.6	2.9	3.5	1.4 Magasins de vêtements pour femmes
4.7	3.7	3.7	10.6	7.0 Autres magasins de vêtements
11.6	8.7	9.6	10.2	9.5 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.9	2.7	5.5	7.9	4.6 Magasins d'accessoires d'ameublement
4.9	10.4	14.7	6.6	6.6 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.5	20.3	16.8	8.8	7.6 Stations-service
-0.8	5.1	5.6	0.2	3.6 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.9	11.6	9.9	9.7	8.0 Magasins de marchandises diverses
2.1	3.3	7.9	6.4	4.5 Autres magasins de produits semi-durables
1.7	3.2	1.7	0.8	4.7 Autres magasins de produits durables
8.6	11.2	6.4	12.7	8.2 Autres magasins de vente au détail
<b>4.4</b>	<b>7.8</b>	<b>7.6</b>	<b>6.0</b>	<b>5.1 Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
1.9	8.8	8.5	6.6	6.5 Terre-Neuve
11.3	16.7	12.4	12.4	9.4 Île-du-Prince-Édouard
3.1	8.3	5.7	4.4	4.8 Nouvelle-Écosse
8.4	10.8	12.9	9.2	7.6 Nouveau-Brunswick
2.7	7.9	6.9	5.9	5.7 Québec
7.0	9.2	10.6	8.4	7.3 Ontario
-1.6	5.1	5.2	2.5	2.3 Manitoba
-1.4	1.5	3.5	1.5	0.3 Saskatchewan
5.5	8.0	6.0	4.3	3.4 Alberta
2.0	4.8	2.7	2.0	0.9 Colombie-Britannique
-2.0	9.0	0.7	2.8	4.7 Yukon
				Nunavut
				Territoires du Nord-Ouest



**Table 3**  
**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,037.5	13,779.4	12,749.3	13,584.3	13,696.0
All other food stores	1,103.8	1,109.8	983.1	1,149.8	1,090.5
Drugs and patent medicine stores	3,298.7	3,280.8	3,184.1	3,495.8	3,202.6
Shoe stores	403.8	448.3	298.7	481.6	426.4
Men's clothing stores	345.4	367.4	275.1	560.5	347.6
Women's clothing stores	1,103.5	1,136.9	834.8	1,360.3	1,094.6
Other clothing stores	1,715.3	1,549.8	1,210.9	2,088.0	1,622.6
Household furniture and appliance stores	2,849.2	2,521.3	2,224.5	3,154.8	2,602.2
Household furnishings stores	660.5	614.0	513.0	719.6	627.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	18,339.0	19,798.3	14,830.3	14,844.9	16,607.8
Gasoline service stations	4,792.9	4,265.3	3,545.5	3,855.8	4,164.4
Automotive parts, accessories and services	3,795.8	3,994.1	3,037.4	3,935.6	3,668.0
General merchandise stores	7,388.8	7,107.2	5,664.9	9,323.8	6,689.9
Other semi-durable goods stores	2,237.8	2,198.6	1,545.4	2,509.3	2,113.4
Other durable goods stores	1,774.6	1,685.1	1,369.9	2,151.1	1,742.1
Other retail stores	3,454.0	3,157.5	2,440.0	3,308.2	3,135.1
<b>Total, all stores</b>	<b>67,300.5</b>	<b>67,013.8</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	284.9	284.4	256.0	279.1	280.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	58.6	58.4	55.4	66.2	55.3
Shoe stores	3.8	3.6	2.5	4.6	3.7
Men's clothing stores	3.6	3.7	2.6	7.9	4.2
Women's clothing stores	13.5	13.3	9.1	21.4	13.3
Other clothing stores	16.8	12.8	10.2	24.7	16.3
Household furniture and appliance stores	34.4	29.2	24.2	43.7	29.7
Household furnishings stores	2.4	2.0	1.6	2.8	2.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	280.9	323.6	205.6	178.3	241.8
Gasoline service stations	84.9	71.0	60.8	76.1	82.4
Automotive parts, accessories and services	52.3	55.1	39.6	61.7	51.1
General merchandise stores	152.0	138.7	111.6	210.0	136.4
Other semi-durable goods stores	25.0	23.7	15.4	28.5	22.4
Other durable goods stores	13.2	11.0	7.6	17.5	12.1
Other retail stores	40.5	36.6	30.3	43.3	38.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,080.6</b>	<b>1,080.7</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
2.5	1.7	1.8	2.8	2.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie
1.2	-0.2	1.8	0.8	0.3	Tous les autres magasins d'alimentation
3.0	2.3	4.8	3.0	6.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.3	-3.0	-0.5	-3.0	0.6	Magasins de chaussures
-0.6	-4.2	-5.2	1.5	-0.5	Magasins de vêtements pour hommes
0.8	0.6	1.8	0.0	-0.3	Magasins de vêtements pour femmes
5.7	9.6	6.8	7.5	9.1	Autres magasins de vêtements
9.5	9.3	8.8	9.0	8.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.3	3.9	4.4	7.3	6.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.4	2.4	8.4	-3.6	5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.1	6.2	-3.4	-8.0	-5.5	Stations-service
3.5	3.6	5.5	10.4	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
10.4	6.8	7.1	4.2	6.0	Magasins de marchandises diverses
5.9	4.0	4.4	3.2	-0.6	Autres magasins de produits semi-durables
1.9	3.2	11.9	7.3	11.3	Autres magasins de produits durables
10.2	8.2	5.5	7.3	5.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>3.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
1.7	2.7	1.3	4.6	-2.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.0	1.0	-2.8	-2.2	-5.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.7	-2.7	4.2	-4.2	-	Magasins de chaussures
-14.3	-22.9	-7.1	33.9	55.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.5	5.6	5.8	1.4	-0.7	Magasins de vêtements pour femmes
3.1	4.1	15.9	-	2.5	Autres magasins de vêtements
15.8	24.3	30.1	23.1	9.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.1	-	6.7	-12.5	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
16.2	11.4	17.4	1.0	5.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.0	-6.5	-11.6	-0.9	-0.4	Stations-service
2.3	11.8	7.9	16.9	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
11.4	9.0	9.1	4.7	6.7	Magasins de marchandises diverses
11.6	17.3	18.5	-5.0	-14.5	Autres magasins de produits semi-durables
9.1	15.8	16.9	7.4	2.5	Autres magasins de produits durables
4.4	1.4	6.3	6.1	2.9	Autres magasins de vente au détail
<b>7.9</b>	<b>6.7</b>	<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>1.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	80.9	74.0	63.7	64.9	70.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	18.2	17.2	16.6	19.6	18.4
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	9.6	5.7	4.0	9.7	8.8
Household furniture and appliance stores	7.7	7.1	5.9	8.8	6.4
Household furnishings store	5.1	4.0	3.0	4.6	4.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	66.9	70.9	45.4	44.6	56.0
Gasoline service stations	37.8	27.7	20.9	24.3	31.8
Automotive parts, accessories and services	18.9	19.9	12.6	19.1	18.2
General merchandise stores	29.0	22.8	16.3	31.6	22.7
Other semi-durable goods stores	17.9	12.6	7.9	12.5	17.5
Other durable goods stores	6.7	6.0	3.0	6.1	5.5
Other retail stores	17.6	13.5	8.9	13.5	16.2
<b>Total, all stores</b>	<b>330.9</b>	<b>293.7</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	519.3	496.3	455.1	487.5	494.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	131.7	125.8	124.6	139.9	130.0
Shoe stores	6.7	6.8	4.7	7.8	6.9
Men's clothing stores	4.6	4.6	3.3	8.1	4.4
Women's clothing stores	29.2	32.1	23.8	44.7	32.4
Other clothing stores	41.2	32.3	25.7	55.4	38.3
Household furniture and appliance stores	62.1	51.0	45.9	68.5	51.4
Household furnishings store	15.5	14.5	11.8	15.2	10.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	510.6	600.6	431.7	431.1	495.2
Gasoline service stations	173.7	152.6	117.1	132.6	146.5
Automotive parts, accessories and services	113.6	116.9	86.6	124.4	110.0
General merchandise stores	220.1	207.6	164.2	311.5	198.3
Other semi-durable goods stores	68.8	59.5	45.0	79.0	68.8
Other durable goods stores	44.1	38.7	31.4	57.4	42.4
Other retail stores	120.0	107.7	80.3	113.0	112.7
<b>Total, all stores</b>	<b>2,085.7</b>	<b>2,071.0</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
14.3	16.5	11.4	5.4	9.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.1	-2.8	-1.8	3.2	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
9.1	11.8	2.6	6.6	20.5	Autres magasins de vêtements
20.3	14.5	5.4	10.0	16.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.1	-	25.0	43.8	104.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
19.5	1.1	6.8	-4.1	-2.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.9	2.2	-15.4	-24.5	-18.7	Stations-service
3.8	5.9	9.6	26.5	14.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
27.8	6.5	-3.0	-5.4	-6.2	Magasins de marchandises diverses
2.3	5.9	8.2	1.6	1.2	Autres magasins de produits semi-durables
21.8	53.8	15.4	13.0	19.6	Autres magasins de produits durables
8.6	11.6	7.2	18.4	14.9	Autres magasins de vente au détail
<b>13.6</b>	<b>7.8</b>	<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.1	5.8	2.3	3.5	-5.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.3	-0.5	-1.7	1.6	8.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.9	-5.6	-	-4.9	-4.2	Magasins de chaussures
4.5	-6.1	-10.8	3.8	2.3	Magasins de vêtements pour hommes
-9.9	10.7	19.0	14.9	17.0	Magasins de vêtements pour femmes
7.6	12.5	11.3	9.9	16.1	Autres magasins de vêtements
20.8	17.0	13.1	11.9	14.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
50.5	64.8	51.3	34.5	14.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.1	-0.2	3.1	0.3	-3.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.6	16.4	-1.5	5.6	14.7	Stations-service
3.3	3.3	9.3	10.2	-8.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
11.0	9.2	9.6	6.9	8.4	Magasins de marchandises diverses
-	-9.8	6.9	11.1	18.6	Autres magasins de produits semi-durables
4.0	1.8	18.5	11.9	18.4	Autres magasins de produits durables
6.5	8.7	5.8	6.2	8.4	Autres magasins de vente au détail
<b>6.1</b>	<b>4.5</b>	<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>1.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	426.1	398.3	353.8	392.0	389.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	87.1	84.7	80.3	91.5	82.3
Shoe stores	6.9	6.7	4.1	7.4	6.0
Men's clothing stores	6.2	5.8	5.1	11.4	6.3
Women's clothing stores	20.7	21.0	14.4	28.6	20.1
Other clothing stores	33.8	27.4	21.5	44.2	32.7
Household furniture and appliance stores	49.6	40.9	37.6	58.1	42.2
Household furnishings stores	14.4	12.2	9.5	14.6	12.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	483.7	542.3	336.5	300.6	402.7
Gasoline service stations	134.1	110.8	96.2	114.0	127.3
Automotive parts, accessories and services	99.5	106.3	73.6	108.4	97.3
General merchandise stores	179.1	167.1	129.3	246.3	165.2
Other semi-durable goods stores	51.7	50.2	37.8	56.1	47.6
Other durable goods stores	29.0	25.3	18.6	38.1	26.8
Other retail stores	79.5	68.1	49.0	71.8	73.6
<b>Total, all stores</b>	<b>1,718.7</b>	<b>1,685.5</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,678.6	3,598.1	3,334.3	3,506.8	3,498.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	693.7	689.6	681.0	730.6	716.1
Shoe stores	134.3	155.2	88.6	170.0	141.5
Men's clothing stores	72.5	86.2	60.3	120.9	78.0
Women's clothing stores	294.3	317.5	219.6	356.6	307.6
Other clothing stores	435.0	433.2	303.0	492.7	434.1
Household furniture and appliance stores	776.1	697.6	543.4	802.1	708.5
Household furnishings stores	119.6	120.1	90.2	135.8	125.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,456.9	5,045.2	3,580.8	3,526.2	3,976.1
Gasoline service stations	937.6	827.6	711.4	757.9	783.0
Automotive parts, accessories and services	920.6	1,008.3	722.2	978.2	870.5
General merchandise stores	1,427.8	1,439.3	1,116.8	1,741.5	1,322.1
Other semi-durable goods stores	450.9	460.8	299.5	477.7	479.3
Other durable goods stores	359.9	367.0	292.7	427.4	352.7
Other retail stores	505.8	511.2	371.0	513.6	446.0
<b>Total, all stores</b>	<b>15,587.4</b>	<b>16,087.4</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Nouveau-Brunswick</b>
9.5	5.9	2.5	6.9	4.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.8	5.0	2.7	4.0	12.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
15.0	17.5	13.9	8.8	-1.6	Magasins de chaussures
-1.6	-1.7	18.6	20.0	14.5	Magasins de vêtements pour hommes
3.0	7.1	7.5	2.9	-3.8	Magasins de vêtements pour femmes
3.4	7.0	10.3	10.2	19.8	Autres magasins de vêtements
17.5	6.5	15.3	11.1	12.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.6	4.3	13.1	10.6	-2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
20.1	7.4	8.2	-17.8	6.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
5.3	-0.9	-12.4	-6.5	0.5	Stations-service
2.3	3.7	7.9	23.0	12.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.4	5.0	4.9	4.6	7.1	Magasins de marchandises diverses
8.6	6.6	37.5	11.3	6.0	Autres magasins de produits semi-durables
8.2	6.8	10.1	10.4	13.6	Autres magasins de produits durables
8.0	7.8	10.1	22.1	20.7	Autres magasins de vente au détail
<b>10.9</b>	<b>5.9</b>	<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>6.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Québec</b>
5.1	5.1	4.1	6.1	3.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.1	-5.6	-2.4	-2.6	3.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.1	-5.0	-2.1	-3.6	-2.5	Magasins de chaussures
-7.1	-8.1	-0.3	5.4	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
-4.3	-4.5	-4.3	-7.5	-5.4	Magasins de vêtements pour femmes
0.2	6.8	7.4	9.2	9.7	Autres magasins de vêtements
9.5	9.9	12.7	9.7	9.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-4.9	-5.6	6.7	9.3	5.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
12.1	7.9	15.5	1.3	0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.7	10.9	-0.9	-10.5	-9.4	Stations-service
5.8	2.8	-2.1	4.2	-3.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.0	6.0	6.3	3.5	6.9	Magasins de marchandises diverses
-5.9	-7.1	-8.4	4.3	-5.0	Autres magasins de produits semi-durables
2.0	6.6	22.3	8.4	13.6	Autres magasins de produits durables
13.4	7.9	12.7	13.7	-0.4	Autres magasins de vente au détail
<b>6.9</b>	<b>4.9</b>	<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>1.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,331.2	4,376.3	4,053.3	4,279.8	4,351.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,381.7	1,395.9	1,339.0	1,450.5	1,330.3
Shoe stores	149.7	171.5	121.1	179.1	162.2
Men's clothing stores	153.1	158.9	116.7	240.4	149.0
Women's clothing stores	439.5	458.4	336.0	555.3	426.5
Other clothing stores	656.8	594.1	473.4	827.5	580.2
Household furniture and appliance stores	1,047.3	923.6	819.0	1,121.1	937.5
Household furnishings stores	286.4	258.5	219.1	307.5	261.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,195.4	7,606.1	5,688.7	5,738.6	6,249.6
Gasoline service stations	1,811.3	1,656.7	1,392.1	1,491.6	1,548.4
Automotive parts, accessories and services	1,459.2	1,555.1	1,191.3	1,507.1	1,410.7
General merchandise stores	2,940.1	2,811.2	2,215.1	3,744.1	2,609.3
Other semi-durable goods stores	1,017.0	972.7	678.3	1,120.1	890.1
Other durable goods stores	708.2	669.7	532.0	881.9	688.3
Other retail stores	1,602.0	1,405.9	1,071.0	1,460.5	1,413.9
<b>Total, all stores</b>	<b>25,676.0</b>	<b>25,509.6</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	545.9	532.3	491.0	536.7	535.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	70.4	68.8	69.5	76.1	69.4
Shoe stores	11.1	12.3	8.9	15.5	12.5
Men's clothing stores	10.8	11.8	7.9	17.0	9.3
Women's clothing stores	29.8	30.1	21.9	34.4	27.2
Other clothing stores	50.8	45.3	37.5	67.3	48.3
Household furniture and appliance stores	85.5	74.6	72.6	103.2	80.2
Household furnishings stores	16.3	14.1	10.8	14.5	13.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	684.5	710.9	597.4	631.4	671.8
Gasoline service stations	179.4	162.0	139.5	144.4	156.3
Automotive parts, accessories and services	111.0	123.0	98.4	123.1	118.0
General merchandise stores	285.0	279.3	224.9	372.8	263.9
Other semi-durable goods stores	54.8	54.3	41.6	74.6	48.7
Other durable goods stores	54.7	55.9	41.2	61.7	52.2
Other retail stores	100.8	94.0	72.3	103.8	90.6
<b>Total, all stores</b>	<b>2,309.9</b>	<b>2,287.0</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
-0.5	-0.5	0.2	1.4	4.9	<b>Ontario</b> Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.9	6.4	10.5	10.5	15.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.7	-1.4	2.5	-4.5	1.1	Magasins de chaussures
2.8	-0.6	-3.5	2.0	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
3.0	3.9	4.1	5.6	3.6	Magasins de vêtements pour femmes
13.2	18.7	9.0	10.6	11.1	Autres magasins de vêtements
11.7	12.7	8.9	13.4	13.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.4	9.4	4.4	13.7	12.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
15.1	3.2	12.0	-0.3	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.0	10.6	3.6	-6.6	-6.2	Stations-service
3.4	5.6	12.1	15.7	4.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
12.7	8.5	9.0	5.9	6.6	Magasins de marchandises diverses
14.3	11.1	9.6	5.2	4.5	Autres magasins de produits semi-durables
2.9	3.9	12.0	9.7	13.2	Autres magasins de produits durables
13.3	11.6	4.7	7.6	7.7	Autres magasins de vente au détail
<b>9.4</b>	<b>5.3</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>7.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
2.0	-0.4	-1.0	5.0	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.4	1.5	3.0	-0.3	3.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-11.2	-3.9	-1.1	11.5	12.6	Magasins de chaussures
16.1	4.4	1.3	4.9	-5.1	Magasins de vêtements pour hommes
9.6	9.9	9.0	3.3	2.6	Magasins de vêtements pour femmes
5.2	4.4	4.5	2.3	4.3	Autres magasins de vêtements
6.6	4.3	5.5	11.7	6.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
23.5	11.0	1.9	-6.5	-9.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.9	-4.8	5.1	-7.7	2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
14.8	6.6	5.0	-2.9	-0.4	Stations-service
-5.9	2.8	12.3	7.4	-0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.0	4.6	5.5	2.8	4.9	Magasins de marchandises diverses
12.5	8.4	6.1	-2.6	-10.6	Autres magasins de produits semi-durables
4.8	2.4	4.8	-	8.8	Autres magasins de produits durables
11.3	7.9	6.6	5.1	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>4.2</b>	<b>0.4</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>2.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	477.0	466.0	425.5	473.0	484.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	94.6	95.8	97.8	106.1	98.3
Shoe stores	5.4	6.2	4.6	6.5	5.8
Men's clothing stores	7.6	8.2	6.4	13.0	8.1
Women's clothing stores	24.2	25.7	18.9	30.6	24.1
Other clothing stores	44.5	39.3	31.1	55.7	41.8
Household furniture and appliance stores	61.6	57.2	55.2	81.6	59.5
Household furnishings stores	19.8	19.3	15.8	20.6	19.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	500.8	530.3	411.0	462.6	490.3
Gasoline service stations	178.8	154.6	126.1	137.8	151.5
Automotive parts, accessories and services	131.7	130.8	103.6	139.6	142.8
General merchandise stores	261.5	251.5	204.5	325.8	240.9
Other semi-durable goods stores	43.6	47.9	35.2	57.0	43.6
Other durable goods stores	47.7	46.0	35.2	61.3	46.3
Other retail stores	72.4	67.8	53.7	75.4	71.4
<b>Total, all stores</b>	<b>1,985.9</b>	<b>1,960.5</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,636.5	1,572.6	1,463.9	1,593.4	1,578.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	316.8	311.6	300.3	338.7	288.3
Shoe stores	33.9	33.7	25.4	37.1	35.9
Men's clothing stores	42.8	44.9	37.7	72.3	43.6
Women's clothing stores	104.4	102.7	83.4	126.9	104.3
Other clothing stores	203.4	167.4	141.6	247.6	215.6
Household furniture and appliance stores	353.7	304.8	288.1	416.2	318.5
Household furnishings store	74.5	72.0	63.0	85.6	75.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,066.2	2,133.3	1,701.5	1,771.9	1,927.7
Gasoline service stations	558.7	491.2	406.4	435.7	484.5
Automotive parts, accessories and services	427.5	429.5	328.4	433.2	417.3
General merchandise stores	841.7	793.8	653.3	1,059.1	769.5
Other semi-durable goods stores	209.8	210.7	159.5	253.8	198.2
Other durable goods stores	214.2	197.8	161.1	256.1	212.2
Other retail stores	436.4	413.3	336.8	435.2	411.5
<b>Total, all stores</b>	<b>7,565.9</b>	<b>7,323.5</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998	
Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-1.6	-2.5	-0.9	1.9	4.5	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.8	-1.1	0.9	0.6	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.9	-13.9	-14.8	-7.1	-10.8	Magasins de chaussures
-6.2	-9.9	-11.1	-3.0	-3.6	Magasins de vêtements pour hommes
0.4	4.0	-5.0	-9.7	-9.7	Magasins de vêtements pour femmes
6.5	3.7	11.5	5.3	10.9	Autres magasins de vêtements
3.5	7.7	2.4	-2.6	5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.5	4.3	1.9	-8.4	-6.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.1	-2.3	-7.4	-15.6	-5.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.0	9.0	0.2	-1.6	-0.4	Stations-service
-7.8	3.4	-	12.1	7.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.6	5.5	4.6	2.1	5.7	Magasins de marchandises diverses
-	-3.4	-7.1	-14.7	-3.5	Autres magasins de produits semi-durables
3.0	1.5	5.4	6.1	4.5	Autres magasins de produits durables
1.4	0.9	1.9	-1.2	0.1	Autres magasins de vente au détail
<b>2.2</b>	<b>0.4</b>	<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
3.7	2.4	5.1	8.5	9.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.9	6.0	5.0	-1.8	-4.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.6	-8.4	-4.2	-2.6	12.5	Magasins de chaussures
-1.8	-8.4	-15.1	-4.5	1.6	Magasins de vêtements pour hommes
0.1	0.5	9.0	3.9	3.4	Magasins de vêtements pour femmes
-5.7	-7.2	-3.1	0.4	7.2	Autres magasins de vêtements
11.1	6.2	4.8	7.3	8.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.3	-2.3	2.8	4.9	10.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.2	-5.0	-0.4	-11.8	6.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.3	4.5	-5.1	-9.6	-7.0	Stations-service
2.4	1.5	3.7	11.9	1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.4	5.3	7.6	5.7	9.4	Magasins de marchandises diverses
5.9	5.1	8.2	2.4	-1.6	Autres magasins de produits semi-durables
0.9	-1.3	4.7	6.1	11.0	Autres magasins de produits durables
6.1	7.4	9.0	6.9	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>6.1</b>	<b>0.5</b>	<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>5.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	2,001.2	1,928.2	1,806.3	1,921.7	1,961.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	438.3	425.5	412.7	469.0	407.1
Shoe stores	50.1	50.9	37.8	51.8	50.0
Men's clothing stores	41.2	41.0	33.7	65.1	41.8
Women's clothing stores	141.5	130.6	104.1	154.8	133.2
Other clothing stores	220.2	189.5	160.8	259.3	202.9
Household furniture and appliance stores	366.3	331.1	328.7	446.3	363.6
Household furnishings stores	105.6	96.5	87.8	117.8	100.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,048.1	2,192.1	1,798.4	1,730.4	2,060.8
Gasoline service stations	679.8	597.2	462.6	529.5	638.2
Automotive parts, accessories and services	446.8	435.0	371.4	428.3	418.2
General merchandise stores	991.8	936.0	777.0	1,220.7	905.6
Other semi-durable goods stores	290.5	299.2	220.3	342.4	289.4
Other durable goods stores	290.4	262.0	243.5	337.2	297.2
Other retail stores	466.9	429.1	357.8	467.7	448.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,719.3</b>	<b>8,488.1</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	55.9	53.0	46.6	49.5	51.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	1.2	0.9	1.5	1.2
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.8	4.4	4.0	5.1	4.5
Household furnishings stores	1.0	0.8	0.5	0.8	0.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	29.3	35.9
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	60.7	60.0	52.0	60.5	56.0
Other semi-durable goods stores	7.7	7.0	4.9	7.6	7.9
Other durable goods stores	6.5	5.8	3.5	6.5	6.4
Other retail stores	12.1	10.4	8.9	10.3	12.1
<b>Total, all stores</b>	<b>240.2</b>	<b>226.9</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
2.0	-0.3	-0.2	-5.3	-6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
7.7	2.3	4.7	-3.2	-6.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.2	2.2	-2.1	-	0.4	Magasins de chaussures
-1.4	-4.4	-9.4	-6.2	-8.7	Magasins de vêtements pour hommes
6.2	-4.2	-1.7	-5.9	-4.4	Magasins de vêtements pour femmes
8.5	10.4	7.4	3.6	2.2	Autres magasins de vêtements
0.7	1.7	5.9	-0.2	-2.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.6	1.6	-1.0	-5.2	-3.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.6	-2.4	0.0	-7.4	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.5	-7.8	-21.6	-13.2	-5.0	Stations-service
6.8	0.2	1.8	3.1	-4.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.5	4.4	3.7	-0.1	0.7	Magasins de marchandises diverses
0.4	2.7	2.6	-0.6	-7.4	Autres magasins de produits semi-durables
-2.3	-0.2	6.9	1.2	5.4	Autres magasins de produits durables
4.1	1.5	-2.0	0.8	2.1	Autres magasins de vente au détail
<b>3.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>-2.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
7.9	5.0	2.9	-	-1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-7.7	-	-16.7	-7.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
6.7	15.8	5.3	-12.1	-4.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.1	-	-44.4	-20.0	12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	-4.9	-3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.4	14.5	6.3	-1.1	2.9	Magasins de marchandises diverses
-2.5	-2.8	-	-11.6	-10.2	Autres magasins de produits semi-durables
1.6	3.6	-2.8	12.1	18.5	Autres magasins de produits durables
-	-19.4	2.3	-	7.1	Autres magasins de vente au détail
<b>9.4</b>	<b>6.4</b>	<b>4.5</b>	<b>-0.3</b>	<b>2.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	26.6	25.0	22.0	24.1	26.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	13.1	16.0
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	4.6	3.7	2.2	3.8	4.5
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>93.1</b>	<b>88.5</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.0	20.0	17.9		
All other food stores	x	x	x		
Drugs and patent medicine stores	x	x	x		
Shoe stores	x	x	x		
Men's clothing stores	x	x	x		
Women's clothing stores	x	x	x		
Other clothing stores	x	x	x		
Household furniture and appliance stores	x	x	x		
Household furnishings stores	x	x	x		
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	26.5	20.5	x		
Gasoline service stations	5.3	4.6	6.2		
Automotive parts, accessories and services	x	x	x		
General merchandise stores	x	x	x		
Other semi-durable goods stores	x	x	1.9		
Other durable goods stores	2.4	2.9	1.8		
Other retail stores	x	x	x		
<b>Total, all stores</b>	<b>102.9</b>	<b>93.8</b>	<b>83.2</b>		



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
-	2.0	0.5	-3.2	1.5	<b>Yukon</b>
x	x	x	x	x	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	-3.0	1.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
2.2	8.8	-8.3	-13.6	-6.3	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
3.9	8.2	4.0	-0.8	5.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Territoires du Nord-Ouest</b>					
Supermarchés d'alimentation et épiceries					
Tous les autres magasins d'alimentation					
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés					
Magasins de chaussures					
Magasins de vêtements pour hommes					
Magasins de vêtements pour femmes					
Autres magasins de vêtements					
Magasins de meubles et d'appareils ménagers					
Magasins d'accessoires d'ameublement					
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs					
Stations-service					
Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services					
Magasins de marchandises diverses					
Autres magasins de produits semi-durables					
Autres magasins de produits durables					
Autres magasins de vente au détail					
<b>Total, ensemble des magasins</b>					



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.3	8.0	6.7		
All other food stores	x	x	x		
Drugs and patent medicine stores	x	x	x		
Shoe stores	x	x	x		
Men's clothing stores	x	x	x		
Women's clothing stores	x	x	x		
Other clothing stores	x	x	x		
Household furniture and appliance stores	x	x	x		
Household furnishings stores	x	x	x		
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x		
Gasoline service stations	x	x	x		
Automotive parts, accessories and services	x	x	x		
General merchandise stores	x	x	x		
Other semi-durable goods stores	x	x	0.7		
Other durable goods stores	x	x	x		
Other retail stores	x	x	x		
<b>Total, all stores</b>	<b>44.2</b>	<b>44.6</b>	<b>38.8</b>		



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
					<b>Nunavut</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	94.1	95.1	94.2	94.8
All other food stores	86.4	88.5	89.5	88.6
Drugs and patent medicine stores	92.0	91.5	91.5	90.6
Shoe stores	86.5	88.9	94.3	88.9
Men's clothing stores	90.1	91.2	89.9	91.5
Women's clothing stores	81.6	94.1	93.3	94.7
Other clothing stores	89.8	96.3	97.1	96.8
Household furniture and appliance stores	93.2	93.2	94.7	93.0
Household furnishings stores	87.0	89.3	88.7	88.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	92.7	95.4	95.7	95.4
Gasoline service stations	89.6	93.7	92.5	91.8
Automotive parts, accessories and services	91.2	95.5	93.8	92.8
General merchandise stores	98.9	99.0	99.3	99.0
Other semi-durable goods stores	79.1	91.9	91.9	91.5
Other durable goods stores	87.4	91.5	91.0	88.4
Other retail stores	90.0	95.0	94.8	94.9
<b>Total, all stores</b>	<b>92.2</b>	<b>94.9</b>	<b>94.7</b>	<b>94.4</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	95.9	97.0	97.2	96.8
Prince Edward Island	91.4	92.2	93.1	93.2
Nova Scotia	92.2	96.0	95.9	96.2
New Brunswick	90.3	94.4	88.8	94.4
Quebec	91.8	94.9	94.7	93.2
Ontario	92.1	95.0	94.9	94.8
Manitoba	90.9	92.5	93.3	93.7
Saskatchewan	93.2	94.7	93.4	94.2
Alberta	92.5	95.0	95.1	94.4
British Columbia	93.3	94.8	95.0	94.7
Yukon	88.8	89.4	89.0	91.0
Nunavut	77.2	98.8	95.2	99.0
Northwest Territories	87.5	95.0	94.3	93.9



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

		Coefficient of variation Coefficient de variation		
October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.6	1.5	1.6	1.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.8	5.6	5.1	5.2	Tous les autres magasins d'alimentation
2.4	2.3	2.2	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.1	3.3	3.3	2.6	Magasins de chaussures
3.4	3.1	3.3	3.1	Magasins de vêtements pour hommes
3.3	3.6	2.7	2.2	Magasins de vêtements pour femmes
2.0	2.3	2.6	1.8	Autres magasins de vêtements
4.5	3.9	3.8	4.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.5	4.1	3.8	3.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.4	3.8	3.6	3.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.5	2.5	2.5	2.4	Stations-service
2.6	2.4	2.5	2.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.8	0.9	1.3	1.3	Magasins de marchandises diverses
4.6	4.2	5.0	4.8	Autres magasins de produits semi-durables
4.2	3.6	3.2	2.9	Autres magasins de produits durables
2.1	2.5	2.4	1.9	Autres magasins de vente au détail
<b>1.0</b>	<b>1.2</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
3.9	4.7	2.3	2.3	Terre-Neuve
2.1	2.3	1.9	1.7	Île-du-Prince-Édouard
4.9	4.5	5.1	4.5	Nouvelle-Écosse
3.1	2.7	3.3	2.9	Nouveau-Brunswick
2.4	3.1	3.0	2.9	Québec
1.9	2.2	2.1	1.9	Ontario
2.0	2.3	2.0	1.9	Manitoba
2.0	2.0	2.0	2.0	Saskatchewan
2.7	2.6	2.3	2.4	Alberta
1.6	1.6	1.7	1.7	Colombie-Britannique
0.5	0.4	0.5	0.5	Yukon
-	-	-	-	Nunavut
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,548.3	4,550.9	4,551.2	4,527.9	4,523.7	4,588.6	4,521.0
All other food stores	361.1	363.5	363.0	360.8	363.9	366.1	356.5
Drugs and patent medicine stores	1,125.6	1,123.9	1,119.4	1,119.8	1,111.6	1,112.2	1,106.3
Shoe stores	138.1	128.2	131.7	136.1	127.3	141.0	141.4
Men's clothing stores	132.4	127.4	132.5	129.3	123.1	127.4	127.4
Women's clothing stores	376.8	358.9	376.4	374.0	366.9	375.5	370.2
Other clothing stores	568.8	553.9	560.8	573.1	555.1	567.2	559.0
Household furniture and appliance stores	976.1	926.7	940.7	937.5	954.6	916.2	862.0
Household furnishings stores	219.1	211.1	214.2	215.4	201.4	209.4	208.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,649.9	6,079.5	5,992.8	5,857.0	5,702.5	5,485.1	5,623.4
Gasoline service stations	1,528.7	1,514.5	1,511.5	1,443.9	1,401.2	1,405.3	1,392.6
Automotive parts, accessories and services	1,249.1	1,254.3	1,249.5	1,216.4	1,246.0	1,239.4	1,229.5
General merchandise stores	2,574.2	2,590.3	2,569.0	2,541.0	2,492.4	2,492.7	2,446.3
Other semi-durable goods stores	727.8	713.7	734.0	724.2	711.1	712.6	700.3
Other durable goods stores	590.9	583.8	584.4	577.9	577.6	581.4	584.7
Other retail stores	1,085.5	1,072.4	1,056.0	1,064.1	1,061.4	1,064.0	1,025.9
<b>Total, all stores</b>	<b>21,852.4</b>	<b>22,153.1</b>	<b>22,087.0</b>	<b>21,798.5</b>	<b>21,519.9</b>	<b>21,384.2</b>	<b>21,254.7</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	345.8	352.1	344.3	342.4	348.5	347.0	335.3
Prince Edward Island	98.6	99.9	97.5	97.8	99.0	93.9	90.3
Nova Scotia	679.5	679.9	677.2	666.6	689.5	668.9	632.2
New Brunswick	542.5	548.6	556.8	543.7	535.7	544.4	523.4
Quebec	5,035.2	5,098.3	5,059.9	5,041.2	4,962.8	4,994.4	4,983.1
Ontario	8,418.0	8,466.5	8,582.8	8,378.5	8,249.2	8,193.5	8,111.1
Manitoba	730.8	772.3	768.2	746.6	741.9	730.7	741.7
Saskatchewan	628.4	649.8	657.9	641.6	637.3	635.7	634.6
Alberta	2,491.9	2,571.3	2,477.5	2,451.4	2,399.9	2,341.9	2,347.2
British Columbia	2,807.3	2,838.1	2,790.3	2,814.8	2,782.4	2,761.5	2,785.7
Yukon	26.4	28.1	27.1	27.1	27.6	27.7	27.2
Nunavut	14.1	14.8	14.5	14.4	14.9	14.3	15.2
Northwest Territories	33.9	33.3	33.1	32.3	31.1	30.2	27.6



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,517.8	4,496.0	4,494.8	4,457.9	4,489.0	4,454.7	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
366.6	360.4	357.2	358.9	357.2	366.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,115.5	1,112.8	1,102.1	1,070.4	1,079.6	1,084.4	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
140.7	137.4	139.3	139.2	133.7	135.1	Magasins de chaussures
129.2	128.5	126.0	129.0	133.4	131.4	Magasins de vêtements pour hommes
373.3	374.5	374.6	361.8	372.6	362.1	Magasins de vêtements pour femmes
555.1	547.1	530.9	517.8	542.0	540.3	Autres magasins de vêtements
890.6	887.5	888.8	881.6	866.9	856.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
206.0	206.1	205.0	207.6	219.0	206.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,689.0	5,601.6	5,544.3	5,464.6	5,429.7	5,246.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,318.0	1,286.5	1,287.4	1,276.6	1,273.5	1,289.2	Stations-service
1,228.0	1,196.7	1,253.0	1,226.7	1,218.1	1,222.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,440.4	2,436.1	2,490.7	2,369.8	2,341.2	2,349.6	Magasins de marchandises diverses
712.7	682.5	706.9	688.5	711.7	706.6	Autres magasins de produits semi-durables
599.0	596.1	616.1	567.1	571.5	575.3	Autres magasins de produits durables
1,012.0	1,015.3	1,007.8	985.1	995.9	985.1	Autres magasins de vente au détail
<b>21,294.1</b>	<b>21,065.0</b>	<b>21,125.0</b>	<b>20,702.5</b>	<b>20,734.9</b>	<b>20,511.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
352.0	335.9	333.6	323.3	333.6	329.4	<b>Régions</b>
92.5	89.3	89.3	85.8	86.2	85.6	Terre-Neuve
660.6	660.0	654.5	651.1	646.1	641.0	Île-du-Prince-Édouard
520.5	513.2	509.2	493.8	496.0	486.1	Nouvelle-Écosse
5,019.6	4,955.4	4,965.9	4,823.3	4,834.1	4,775.3	Nouveau-Brunswick
8,085.2	7,976.2	7,960.1	7,775.3	7,835.7	7,739.0	Québec
751.3	746.2	750.8	737.4	735.1	726.3	Ontario
628.3	622.8	635.4	629.6	626.6	625.4	Manitoba
2,366.3	2,355.5	2,374.2	2,360.4	2,347.0	2,316.3	Saskatchewan
2,744.9	2,738.3	2,780.9	2,752.4	2,725.1	2,718.6	Alberta
26.7	28.0	26.1	26.2	26.2	25.7	Colombie-Britannique
14.9	13.5	14.3				Yukon
31.2	30.6	30.5				Nunavut
						Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,630.5	4,542.2	4,504.2	4,991.1	4,559.3	4,700.0	4,520.1
All other food stores	362.7	358.9	359.9	385.1	379.3	379.3	351.1
Drugs and patent medicine stores	1,125.5	1,100.1	1,095.3	1,103.3	1,094.2	1,094.1	1,092.4
Shoe stores	157.7	139.0	135.0	129.8	140.2	165.0	143.1
Men's clothing stores	138.2	120.0	109.6	115.8	125.9	126.3	115.2
Women's clothing stores	400.9	373.6	358.7	371.1	371.5	402.4	363.0
Other clothing stores	616.0	586.0	604.4	524.9	507.6	540.8	501.4
Household furniture and appliance stores	1,009.4	959.7	943.5	946.0	911.4	834.8	775.1
Household furnishings stores	229.3	216.4	220.4	223.7	215.9	205.1	193.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,438.5	6,160.8	5,974.3	6,203.9	6,877.1	6,464.1	6,457.2
Gasoline service stations	1,587.6	1,566.3	1,642.9	1,583.7	1,467.5	1,453.1	1,344.8
Automotive parts, accessories and services	1,258.5	1,243.1	1,225.1	1,327.6	1,391.3	1,366.5	1,236.3
General merchandise stores	2,680.0	2,499.6	2,478.0	2,411.2	2,388.0	2,452.6	2,266.7
Other semi-durable goods stores	700.3	722.6	756.0	759.1	762.9	806.1	629.6
Other durable goods stores	530.9	566.2	609.5	598.9	569.1	583.0	533.0
Other retail stores	1,094.1	1,075.6	1,113.9	1,264.4	1,107.6	1,091.4	958.5
<b>Total, all stores</b>	<b>21,960.2</b>	<b>22,230.1</b>	<b>22,130.7</b>	<b>22,939.7</b>	<b>22,868.9</b>	<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	346.2	349.5	357.1	374.0	373.8	371.0	335.8
Prince Edward Island	96.4	101.1	110.9	119.0	109.6	98.8	85.2
Nova Scotia	676.8	673.1	693.9	718.7	726.1	701.6	643.3
New Brunswick	550.9	551.2	574.9	592.6	584.5	577.4	523.6
Quebec	5,065.0	5,133.7	5,076.4	5,377.4	5,335.0	5,497.5	5,255.0
Ontario	8,409.3	8,533.9	8,446.6	8,695.5	8,828.9	8,613.5	8,067.2
Manitoba	750.7	773.7	764.3	771.8	776.6	761.8	748.6
Saskatchewan	661.2	651.7	662.6	671.6	673.9	652.8	633.8
Alberta	2,526.7	2,538.3	2,492.6	2,535.0	2,504.9	2,466.9	2,351.6
British Columbia	2,804.5	2,846.8	2,872.4	3,000.0	2,874.0	2,846.7	2,767.4
Yukon	25.0	29.0	30.8	33.3	32.4	30.3	25.8
Nunavut	14.3	14.4	14.9	14.9	14.2	14.9	15.4
Northwest Territories	33.2	33.7	33.2	36.0	35.0	31.1	27.7



Tableau 6

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,289.5	3,981.0	4,478.8	4,739.8	4,180.4	4,664.1	45,196.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
345.5	315.8	321.8	443.2	339.7	366.9	3,559.4	Tous les autres magasins d'alimentation
1,100.2	1,020.4	1,063.5	1,342.0	1,055.7	1,098.1	10,889.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
109.0	81.3	108.4	176.8	150.5	154.4	1,308.5	Magasins de chaussures
95.9	80.0	99.1	262.2	158.5	139.8	1,126.0	Magasins de vêtements pour hommes
308.3	252.2	274.3	583.8	394.6	381.8	3,476.0	Magasins de vêtements pour femmes
466.9	356.9	387.0	892.5	607.1	588.3	5,091.9	Autres magasins de vêtements
791.5	689.3	743.7	1,306.5	944.1	904.1	8,604.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
194.5	160.1	158.4	264.0	237.1	218.5	2,016.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,102.2	4,535.2	4,192.9	4,732.2	4,926.3	5,186.3	58,406.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,255.9	1,106.0	1,183.5	1,261.3	1,254.1	1,340.3	14,191.3	Stations-service
1,094.7	899.7	1,043.0	1,349.6	1,317.5	1,268.5	12,085.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,105.9	1,743.3	1,815.7	3,953.3	2,863.6	2,507.0	22,841.0	Magasins de marchandises diverses
553.7	478.6	513.0	1,073.3	749.8	686.2	6,681.9	Autres magasins de produits semi-durables
469.0	423.3	477.6	1,069.7	559.6	521.8	5,360.5	Autres magasins de produits durables
863.0	776.8	800.3	1,365.8	934.7	1,007.6	10,145.6	Autres magasins de vente au détail
<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>20,673.5</b>	<b>21,033.7</b>	<b>210,981.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
323.3	256.8	262.5	394.5	343.2	339.7	3,350.0	Terre-Neuve
80.4	66.3	69.3	102.9	84.0	86.6	937.0	Île-du-Prince-Édouard
605.6	526.1	538.5	788.4	654.7	656.3	6,503.7	Nouvelle-Écosse
478.8	398.4	403.2	590.6	499.4	508.3	5,235.5	Nouveau-Brunswick
4,743.3	3,903.2	4,071.6	5,432.2	4,712.7	4,933.4	49,458.1	Québec
7,611.6	6,415.9	6,645.6	9,604.9	7,943.4	7,861.9	80,268.0	Ontario
714.7	600.6	635.2	898.4	736.1	763.1	7,298.0	Manitoba
585.4	500.4	551.0	759.7	633.4	670.6	6,244.4	Saskatchewan
2,279.7	1,898.1	2,014.7	2,873.0	2,351.7	2,395.0	23,608.5	Alberta
2,652.4	2,276.0	2,410.6	3,293.2	2,651.0	2,750.8	27,350.8	Colombie-Britannique
24.6	20.6	20.4	28.2	23.4	25.5	272.2	Yukon
14.5	12.0	12.4				141.9	Nunavut
31.3	25.6	26.2				313.0	Territoires du Nord Ouest



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	119.7	110.6	107.7	105.1	979.7
Prince Edward Island	29.2	30.5	36.5	35.9	275.8
Nova Scotia	221.3	206.0	215.7	202.4	1,898.5
New Brunswick	170.7	158.8	163.9	155.8	1,448.6
Quebec	1,678.1	1,573.7	1,578.2	1,612.2	14,903.7
Ontario	3,079.9	2,960.9	2,945.6	2,873.4	27,124.1
Manitoba	234.7	221.3	227.7	220.2	2,087.3
Saskatchewan	218.6	200.9	209.2	200.5	1,931.0
Alberta	820.1	799.5	817.7	778.0	7,368.1
British Columbia	985.9	990.5	976.7	968.6	9,090.1
Yukon	6.1	6.8	7.6	7.5	59.6
Nunavut	11.5	11.8	12.2	12.1	114.1
Northwest Territories	12.3	11.9	11.7	12.2	115.9
<b>Total</b>	<b>7,588.2</b>	<b>7,283.2</b>	<b>7,310.4</b>	<b>7,183.9</b>	<b>67,396.5</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril
	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	119.7	110.6	107.7	105.1	101.1	102.9	92.4
Prince Edward Island	29.2	30.5	36.5	35.9	31.7	28.1	22.7
Nova Scotia	221.3	206.0	215.7	202.4	196.9	198.6	177.2
New Brunswick	170.7	158.8	163.9	155.8	150.3	151.3	139.6
Quebec	1,678.1	1,573.7	1,578.2	1,612.2	1,575.5	1,683.7	1,507.1
Ontario	3,079.9	2,960.9	2,945.6	2,873.4	2,876.7	2,905.7	2,632.2
Manitoba	234.7	221.3	227.7	220.2	217.8	217.9	210.9
Saskatchewan	218.6	200.9	209.2	200.5	204.2	200.0	192.9
Alberta	820.1	799.5	817.7	778.0	768.2	759.5	711.8
British Columbia	985.9	990.5	976.7	968.6	932.9	932.6	896.6
Yukon	6.1	6.8	7.6	7.5	7.0	5.8	5.3
Nunavut	11.5	11.8	12.2	12.1	11.4	12.2	12.1
Northwest Territories	12.3	11.9	11.7	12.2	13.2	11.9	11.7
<b>Total</b>	<b>7,588.2</b>	<b>7,283.2</b>	<b>7,310.4</b>	<b>7,183.9</b>	<b>7,086.8</b>	<b>7,210.1</b>	<b>6,612.6</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
3.5	11.3	8.4	8.7	8.1
3.9	10.9	10.9	11.8	7.8
5.4	8.4	7.3	5.5	6.6
4.0	6.9	10.1	7.6	7.1
3.7	1.1	2.1	3.1	2.7
8.6	8.5	9.4	10.0	8.8
2.2	9.4	5.3	6.7	5.2
0.9	4.3	4.5	2.7	2.8
3.7	7.2	4.6	6.0	4.4
2.4	5.9	5.1	4.6	3.8
-9.0	6.3	-3.8	4.2	1.0
				<b>Régions</b>
				Terre-Neuve
				Île-du-Prince-Édouard
				Nouvelle-Écosse
				Nouveau-Brunswick
				Québec
				Ontario
				Manitoba
				Saskatchewan
				Alberta
				Colombie-Britannique
				Yukon
				Nunavut
				Territoires du Nord Ouest
5.4	6.2	6.3	6.7	5.8
				<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	Year 1999 Année
Millions of dollars – Millions de dollars						
90.2	74.9	75.1	171.5	140.0	115.7	979.7
22.7	19.0	19.5	44.9	30.0	28.1	275.8
178.9	147.0	154.5	334.3	243.2	210.0	1,898.5
131.6	110.8	115.8	247.8	184.3	164.2	1,448.6
1,321.8	1,117.2	1,256.2	2,214.4	1,623.4	1,617.6	14,903.7
2,465.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2	3,135.9	2,835.5	27,124.1
201.4	164.4	171.0	358.5	249.0	229.6	2,087.3
181.5	155.8	167.4	316.7	224.9	216.7	1,931.0
700.2	594.6	618.5	1,240.4	862.3	790.6	7,368.1
873.2	737.0	796.1	1,502.0	999.9	962.4	9,090.1
5.2	4.2	4.1	8.5	5.8	6.7	59.6
11.4	9.4	10.0				114.1
11.6	9.8	9.6				115.9
						<b>Régions</b>
						Terre-Neuve
						Île-du-Prince-Édouard
						Nouvelle-Écosse
						Nouveau-Brunswick
						Québec
						Ontario
						Manitoba
						Saskatchewan
						Alberta
						Colombie-Britannique
						Yukon
						Nunavut
						Territoires du Nord Ouest
6,194.9	5,285.6	5,640.8	10,924.3	7,720.6	7,200.0	67,396.5
						<b>Total</b>



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1997</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3	0.5
June	110.0	22,868.9	5.9	20,787.7	4.5
July	109.5	22,939.7	6.0	20,945.8	4.0
August	109.7	22,130.7	7.6	20,181.8	5.0
September	110.2	22,230.1	7.8	20,168.9	5.0
October	109.8	21,960.2	4.4	19,997.4	1.9
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		<b>1997</b>
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Janvier
107.1	19,413.3	-0.1	18,128.0	0.0		Février
						Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	-0.1		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	0.0		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	...	<b>220,955.1</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	0.0	19,177.2	0.0		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	-0.1		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	...	<b>229,054.6</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
108.1	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Février
108.1	21,294.1	1.1	19,691.8	0.5		Mars
108.9	21,254.7	-0.2	19,519.5	-0.9		Avril
109.1	21,384.2	0.6	19,608.0	0.5		Mai
109.2	21,519.9	0.6	19,710.0	0.5		Juin
109.5	21,798.5	1.3	19,899.6	1.0		Juillet
110.1	22,087.0	1.3	20,062.6	0.8		Août
110.6	22,153.1	0.3	20,031.3	-0.2		Septembre
110.3	21,852.4	-1.4	19,810.4	-1.1		Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Les **marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110 Gasoline Service Stations</b>	<b>110 Stations-service</b>
6331 Gasoline service stations	6331 Stations-service
<b>120 Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341 Home and auto supply stores	6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Tire, battery, parts and accessories stores	6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (general repairs)	6351 Garages (réparations générales)
6352 Paint and body repair shops	6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Muffler replacement shops	6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Motor vehicle glass replacement shops	6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Other motor vehicle repair shops	6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Car washes	6391 Lave-autos
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.	6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130 General Merchandise Stores</b>	<b>130 Magasins de marchandises diverses</b>
6411 Department stores	6411 Magasins à rayons
6412 General stores	6412 Magasins généraux
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140 Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140 Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511 Book and stationery stores	6511 Librairies et papeteries
6521 Florist shops	6521 Fleuristes
6522 Lawn and garden centres	6522 Centres de jardinage
6531 Hardware stores	6531 Quincailleries
6532 Paint, glass and wallpaper stores	6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Toy and hobby stores	6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Gift, novelty and souvenir stores	6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150 Other Durable Goods Stores</b>	<b>150 Autres magasins de produits durables</b>
6541 Sporting goods stores	6541 Magasins d'articles de sport
6542 Bicycle shops	6542 Magasins de bicyclettes
6551 Musical instrument stores	6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Record and tape stores	6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Jewellery stores	6561 Bijouteries
6562 Watch and jewellery repair shops	6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Camera and photographic supply stores	6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160 Other Retail Stores</b>	<b>160 Autres magasins de vente au détail</b>
6021 Liquor stores	6021 Magasins de spiritueux
6022 Wine stores	6022 Magasins de vin
6023 Beer stores	6023 Magasins de bière
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592 Opticians' shops	6592 Opticiens
6593 Art galleries and artists' supply stores	6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594 Luggage and leather goods stores	6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
6595 Monument and tombstone dealers	6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596 Pet stores	6596 Magasins d'animaux de maison
6597 Coin and stamp dealers	6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598 Mobile home dealers	6598 Marchands de maisons mobiles
6599 Other retail stores, n.e.c.	6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# What class of business are you in?

**NAICS Canada 1997 ...**  
an indispensable reference tool for understanding the burgeoning economies of Canada, the United States and Mexico!

**M**onitoring business and economic activity just got simpler! The *North American Industry Classification System (NAICS) Canada 1997*, replaces the 1980 Standard Industrial Classification (SIC) system. *NAICS Canada 1997* identifies many new industries and categories. Now, you can access up-to-date information on the growth and diversification of economic activity in recent decades.

Whatever business you are in, chances are you'll want to get your hands on this **ground-breaking** tool! *NAICS Canada 1997* provides, **for the first time**, a common framework for the **collection of comparable production data for NAFTA's three trade partners** ... making it **easier than ever** to compare financial and economic statistics between Canada, the United States and Mexico!

What's more, you can get the information you need in the format you want: *NAICS Canada 1997* is available both in a durable hardcover book and on CD-ROM. The portable-size manual, with its detailed index, makes a handy desktop reference while the user-friendly CD-ROM allows you to access comprehensive industry information quickly and easily.

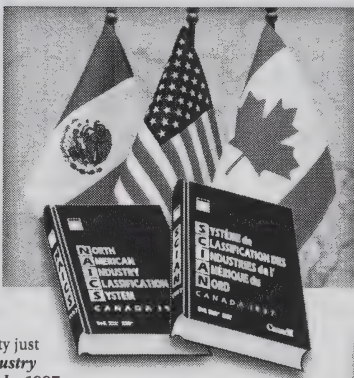
*NAICS Canada 1997* is indispensable for all suppliers and users of economic data in industry, business, governments, banks, trade associations, academia, research and elsewhere. Use this first-of-its-kind resource to make more informed business and policy decisions and to enhance your professional productivity!

## NAICS Canada 1997 ...

- ▶ allows **every** business to see precisely to which industry it belongs ... essential for assessing business performance
- ▶ differentiates between
  - ▷ industries where all three countries produce **common** comparable data
  - ▷ industries **unique** to Canada
- ▶ recognizes the emergence of the new service economy, including the growing high tech industries as well as health care and social services
- ▶ identifies 921 industries in 20 sectors.

In an economy where change is a constant factor, **first class** information is essential to **your** success! Order your copy of *NAICS Canada 1997* today!

*NAICS Canada 1997* (Cat. No. 12-501-XPE) costs \$45 (plus GST/HST and applicable PST). The bilingual CD-ROM version of *NAICS Canada 1997* (Cat. No. 12-501-XCB) costs \$100 (plus GST/HST and applicable PST). To order, CALL toll-free at 1 800 267-6677, FAX your VISA, MasterCard order to 1 800 889-9734 or MAIL your order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. You may also order via e-mail: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).



# À quelle classe votre entreprise appartient-elle?

**SCIAN Canada 1997 ...**  
un outil de référence indispensable pour comprendre les économies florissantes du Canada, des États-Unis et du Mexique!

**I**l est désormais plus facile de suivre l'activité commerciale et économique! Le *Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) Canada 1997* remplace la Classification type des industries (CTI) de 1980. Le *SCIAN Canada 1997* compte bon nombre de nouvelles classes et catégories. Vous pouvez maintenant avoir accès à des renseignements à jour sur la croissance et la diversification de l'activité économique au cours des dernières décennies.

Peu importe votre secteur d'activité, vous ne voudrez pas rater l'occasion de mettre la main sur cet outil **novateur**! Le *SCIAN Canada 1997* offre, **pour la première fois**, un cadre commun de **collecte de données de production comparables** pour les trois partenaires de l'ALENA. Il est donc plus facile que jamais de comparer les statistiques financières et économiques du Canada, des États-Unis et du Mexique!

De plus, vous pouvez obtenir l'information que vous désirez dans le format de votre choix : le *SCIAN Canada 1997* est offert sous la forme d'un livre cartonné durable et sur CD-ROM. Le manuel de format pratique comprend un index détaillé et constitue un ouvrage de référence maniable, tandis que le CD-ROM convivial vous donne accès facilement et rapidement à des données complètes sur l'activité économique.

Le *SCIAN Canada 1997* est un outil indispensable pour tous les fournisseurs et les utilisateurs de données économiques dans le secteur privé, les entreprises, les administrations publiques, les banques, les associations professionnelles, le milieu universitaire, le milieu de la recherche et d'autres secteurs d'activité. Utilisez cet outil innovateur pour prendre des décisions plus éclairées en matière de gestion ou d'orientation et pour accroître votre productivité professionnelle!

## SCIAN Canada 1997 ...

- ▶ permet à **chaque** entreprise de déterminer avec précision la classe à laquelle elle appartient; un mécanisme essentiel pour évaluer son rendement;
- ▶ établit une distinction entre
  - ▷ les classes d'activité pour lesquelles les trois pays produisent des données **communes** comparables
  - ▷ et les classes **propres** au Canada;
- ▶ reconnaît l'émergence de la nouvelle économie de services, notamment du secteur florissant de la haute technologie de même que du secteur de la santé et des services sociaux;
- ▶ définit 921 classes réparties dans 20 secteurs.

Dans une économie en constante mutation, le succès de **votre** entreprise dépend de l'accès à des données de **premier ordre**! Commandez votre exemplaire du *SCIAN Canada 1997* dès aujourd'hui!

Le prix du *SCIAN Canada 1997* (n° 12-501-XPF au cat.) est de 45 \$ (TPS/TVH et TVP, le cas échéant, en sus). La version bilingue du *SCIAN Canada 1997* sur CD-ROM (n° 12-501-XCB au cat.) coûte 100 \$ (TPS/TVH et TVP, le cas échéant, en sus). Pour commander, COMPOSEZ sans frais le 1 800 267-6677, envoyez votre bon de commande (VISA ou MasterCard) par TÉLÉCOPIEUR au 1 800 889-9734 ou par la POSTE à l'adresse suivante: Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada, K1A 0T6. Vous pouvez également communiquer avec l'un des centres de consultation de Statistique Canada dont la liste figure dans la présente publication ou encore passer votre commande par courrier électronique : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.	SUBTOTAL	
	DISCOUNT (if applicable)	
▶ Subscription will begin with the next issue to be released.	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)	
▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)	
▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)	
▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.	GRAND TOTAL	
▶ GST Registration # R121491807	PF 097019	

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

Canada

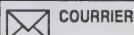




# BON DE COMMANDE

Statistique Canada

## POUR COMMANDER :



**COURRIER**

Statistique Canada  
Opérations et intégration  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6



**TÉLÉPHONE**  
1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



**TÉLÉCOPIEUR**  
1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



**INTERNET** order@statcan.ca



**1 800 363-7629**

Appareils de télécommunications pour les malentendants

(Veuillez écrire en majuscules)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

## MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature

☐ Paiement inclus \$

☐ N° du bon de commande  
(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.	<b>TOTAL</b>
► L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.	<b>RÉDUCTION</b> (s'il y a lieu)
► Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.	<b>TPS (7 %)</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.	<b>TVP en vigueur</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.	<b>TVH en vigueur</b> (N.-É., N.-B., T.-N.)
► TPS N° R121491807	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>
	<b>PF097019</b>

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada



# Market Research Handbook 1999

**Unlock Canadian Consumer and Business Markets...**

The ALL-NEW *Market Research Handbook 1999* reveals the Canadian marketplace the way no other statistical resource can. It delivers **first hand** results from more than 20 specialized Statistics Canada surveys, **plus the very latest details from the 1996 Census**, in one practical sourcebook!

For entrepreneurs, market researchers, planners and analysts, for big business and small, *Market Research Handbook 1999* is an invaluable and comprehensive decision-support tool.

## Capitalize on opportunities...

- ▶ spot emerging market trends
- ▶ position your products effectively
- ▶ gain a competitive edge in an increasingly volatile and competitive economy
- ... **and manage the future of your market!**

ANALYZE THE CONDITIONS IN YOUR MARKET – FROM THE LOCAL TO THE NATIONAL LEVEL – USING:

## Key Demographic Variables

- ▶ population
- ▶ age
- ▶ household expenditures
- ▶ education
- ▶ sex
- ▶ retail sales
- ▶ earnings
- ▶ and more!

## Vital Economic Indicators

- ▶ labour force productivity
- ▶ private and public investment
- ▶ consumer and industrial price indexes
- ▶ international trade data
- ▶ Gross Domestic Product
- ▶ and more!

## Business Demographics

- ▶ by industry
- ▶ size of business
- ▶ urban area
- ▶ plus more!

## New for 1999!

- ▶ immigrants by intended occupation
- ▶ Internet service providers: types of services, regional composition and sources of revenue
- ▶ population projections for Nunavut
- ▶ household expenditures including **games of chance expense** (ie. Casino), as well as **detailed clothing and health care expenses**
- ▶ number and receipts of movie theatres including **number of screens and seats**
- ▶ more fields of study for full-time undergraduate enrolment
- ▶ employment change and **life status** of businesses

**NEW FOR 1999!**

*Market Research Handbook 1999* (Cat. No. 63-224-XPB) costs \$125 in Canada (plus either HST or GST and applicable PST) and US\$125 outside Canada. To order, CALL toll-free at 1 800 267-6677, FAX 1 877 287-4369 or MAIL your order to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada KIA 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. You may also order via E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

# Recueil statistique des études de marché 1999

**Pénétrez les marchés de consommation et d'affaires canadiens ...**

Le TOUT DERNIER *Recueil statistique des études de marché 1999* fait état du marché canadien comme aucune autre source statistique ne le fait. Il réunit les résultats de plus de 20 enquêtes spéciales de Statistique Canada, de même que **les plus récentes données du Recensement de 1996**, dans un seul guide de référence pratique!

Pour les entrepreneurs, comme pour les spécialistes des études de marché, les planificateurs et les analystes, de même que pour les grandes et petites entreprises, le *Recueil statistique des études de marché 1999* constitue un outil complet de très grande valeur.

## Tirez profit des possibilités...

- ▶ repérez les nouvelles tendances
- ▶ positionnez vos produits efficacement
- ▶ obtenez un avantage concurrentiel au sein d'une économie de concurrence sans cesse changeante
- ... **et gérez l'avenir de votre marché!**

ANALYSEZ LES CONDITIONS DE VOTRE MARCHÉ – À L'ÉCHELLE RÉGIONALE OU NATIONALE – EN UTILISANT :

## Les principales variables démographiques

- ▶ population
- ▶ âge
- ▶ dépenses des ménages
- ▶ scolarité
- ▶ sexe
- ▶ ventes au détail
- ▶ revenu
- ▶ et plus!

## Les indicateurs économiques

- ▶ données sur la productivité de la population active
- ▶ investissements privés et publics
- ▶ commerce international
- ▶ indices des prix à la consommation et de l'industrie
- ▶ produit intérieur brut
- ▶ et plus!

## La démographie des entreprises

- ▶ secteur d'activité
- ▶ taille de l'entreprise
- ▶ région urbaine
- ▶ et plus!

## Nouveau pour 1999!

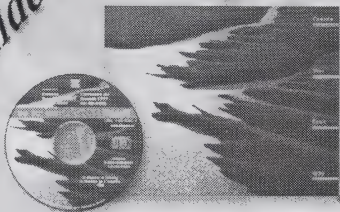
- ▶ les immigrants selon la profession projetée
- ▶ les fournisseurs de services Internet : type de services, composition régionale et sources de revenus
- ▶ les projections de la population du Nunavut
- ▶ les dépenses des ménages, y compris **celles consacrées aux jeux de hasard** (c.-à-d. au casino), ainsi qu'un bilan détaillé des dépenses sur **l'habillement et les soins de santé**
- ▶ le nombre de cinémas et leurs recettes, y compris le **nombre d'écrans et de sièges**
- ▶ une ventilation plus détaillée **des domaines d'études** des étudiants à plein temps de premier cycle
- ▶ **variation de l'emploi et statut** des entreprises

**NOUVEAU POUR 1999!**

*Recueil statistique des études de marché 1999* (n° 63-224-XPB au catalogue) se vend 125 \$ au Canada (plus, soit la TVH, soit la TPS et la TVP en vigueur) et 125 \$ US à l'extérieur du Canada. Pour commander, TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677, TÉLÉCOPIEZ vos commandes au 1 877 287-4369 ou POSTEZ votre commande à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada KIA 0T6. Ou communiquez avec votre Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication. Vous pouvez aussi commander par COURRIEL : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



## Your Guide from Coast to Coast!



THE CANADIAN REFERENCE THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS ABOUT CANADA, AND EVEN THOSE YOU NEVER THOUGHT TO ASK, IS NOW AVAILABLE AS A CAPTIVATING BOOK, AS A USER-FRIENDLY CD-ROM AND AS A PRACTICAL COMBINATION PACKAGE. CONVENIENT AT WORK, SCHOOL AND HOME, CANADA YEAR BOOK 1999 BOTH DISPLAYS AND ANALYZES THE COMPLEXITIES OF LIVING AND WORKING IN CANADA TODAY.

Time and time again, you will turn to *Canada Year Book 1999* for penetrating articles, accurate statistics, clear tables, informative graphs and exquisite photographs spotlighting key trends and changes in our social, political and economic lives.

Choose *Canada Year Book 1999* or *Canada Year Book 1999 on CD-ROM* as your reference companion. You can order the book (cat. no. 11-402-XPE99001) for \$54.95, the CD-ROM (cat. no. 11-402-XCB99001) for \$74.95, OR the Book/CD-ROM Combination Package (cat. no. 10-3005XKE99001) available at the special price of \$123.41. (Prices exclude shipping and handling as well as applicable taxes.)

To order, call toll-free 1 800 267-6677, fax toll-free 1 877 287-4369 or write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also e-mail your order to: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

## Votre guide d'un océan à l'autre!



L'OUTIL DE RÉFÉRENCE CANADIEN QUI RÉPOND À TOUTES VOS QUESTIONS, MÊME À CELLES QUE VOUS N'AVEZ PAS ENCORE POSÉES, EST PRÉSENTÉ EN UN LIVRE CAPTIVANT, UN CD-ROM CONVIVIAL ET UN ENSEMBLE LIVRE ET CD-ROM PRATIQUE. UTILE AU TRAVAIL, À L'ÉCOLE ET À LA MAISON, L'ANNUAIRE DU CANADA 1999 DÉPEINT ET ANALYSE LES COMPLEXITÉS DE LA VIE ET DU TRAVAIL D'AUJOURD'HUI AU CANADA.

Vous consulterez l'*Annuaire du Canada 1999* encore et encore pour obtenir des articles percutants, des statistiques précises, des tableaux clairs, des graphiques informatifs et des photographies exceptionnelles qui mettent en évidence les tendances et les changements importants survenus aux plans social, politique et économique.

Choisissez l'*Annuaire du Canada 1999* ou l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* comme compagnon de référence. Vous pouvez commander le livre (n° 11-402-XP99001 au catalogue) au prix de 54,95 \$, le CD-ROM (n° 11-402-XCB99001 au catalogue) au prix de 74,95 \$ ou l'ensemble livre et CD-ROM (n° 10-3005XKE99001 au catalogue) au prix réduit de 123,41 \$. (Les frais de port et de manutention ainsi que les taxes ne sont pas compris dans les prix indiqués.)

Pour commander, téléphonez sans frais au 1 800 267-6677, télécopiez sans frais au 1 877 287-4369 ou écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi faire parvenir votre commande par courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada de votre région (la liste des centres figure dans la présente publication).



Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) and try out a FREE DEMO of *CYB99 on CD-ROM* or download the FREE *CYB99 Teacher's Kit*

Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et essayez notre DÉMONSTRATEUR GRATUIT de l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* ou téléchargez notre *Trousse de l'enseignant* pour l'*Annuaire du Canada* GRATUITE!





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

November 1999

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Novembre 1999

Document  
En français



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

November 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Novembre 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

January 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 11  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 11  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Janvier 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 11  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 11  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Retail sales in November recovered about half the loss sustained in October, advancing 0.6% to \$22.0 billion. Sales gains were fuelled primarily by the automotive sector. November's increase followed a 1.3% decline in October, which ended a series of five consecutive monthly gains.

Excluding sales by motor and recreational vehicle dealers, total retail sales declined 0.5% in November. Diminishing sales were noted in general merchandise stores, furniture stores and clothing stores.

For the period from January to November, retail sales advanced 5.4% compared with the first 11 months of 1998. Overall, retailers have enjoyed increasing sales since the fall of 1998 after a period of weaker sales in the spring and summer of that year. Previously, they had experienced rising sales since early 1996.

### Auto sector back on the road

The automotive sector bounced back from a 4.7% decline in October with a 3.1% gain in November. Sales by motor and recreational vehicle dealers, the largest component of this sector, increased 3.9% in November, following a 7.0% decline in October. Consumer confidence, sales incentives and the availability of popular models are among the factors affecting sales in this industry.

Overall, retailers in the automotive sector have enjoyed strong sales advances since the fall of 1998 after more modest increases that started in the spring of 1997.

Drug stores posted the second largest percentage increase in sales in November (+1.4%). This gain added strength to drug store sales, which had been increasing slowly since the spring following strong sales in the first three months of 1999. Previously, sales in drug stores had been on a downturn in the last half of 1998 after generally increasing since mid-1997.

Food stores (+0.5%) also experienced rising sales in November. Overall, sales in food stores have been increasing since the spring of 1996.

## Faits saillants

En novembre dernier, les ventes au détail ont regagné environ la moitié du terrain perdu en octobre, progressant de 0,6 % pour atteindre 22,0 milliards de dollars. Cette hausse a été réalisée principalement grâce à la vigueur du secteur de l'automobile. Aussi, cette progression fait suite au recul de 1,3 % observé en octobre, qui était survenu après cinq gains mensuels consécutifs.

Si l'on exclut les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, l'ensemble des ventes au détail a diminué de 0,5 % en novembre. Une baisse des ventes a été observée dans les magasins de marchandises diverses, dans les magasins de meubles et dans les magasins de vêtements.

Pour la période de janvier à novembre, les ventes au détail ont progressé de 5,4 % comparativement aux 11 premiers mois de 1998. Dans l'ensemble, les détaillants ont bénéficié de ventes en hausse depuis l'automne 1998, après une période de ralentissement au cours du printemps et de l'été de la même année. Auparavant, les détaillants avaient vu leurs ventes augmenter depuis le début de 1996.

### Le secteur de l'automobile se remet en marche

Le secteur de l'automobile a rebondi, enregistrant un gain de 3,1 % en novembre, après avoir connu un recul de 4,7 % en octobre. Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, qui représentent l'élément le plus important du secteur, ont vu leurs ventes augmenter de 3,9 % en novembre, après le recul de 7,0 % observé en octobre. La confiance des consommateurs, des incitatifs proposés aux acheteurs et la disponibilité de modèles populaires comptent parmi les facteurs qui ont eu une incidence sur les ventes dans ce secteur.

Dans l'ensemble, les détaillants du secteur de l'automobile ont bénéficié de fortes progressions des ventes depuis l'automne 1998, après avoir connu des gains plus modestes depuis le printemps 1997.

En novembre, les pharmacies ont affiché le deuxième gain important en pourcentage (+1,4 %) en ce qui concerne les ventes. Cette progression a revigoré les ventes de ces établissements, qui augmentaient lentement depuis le printemps, après un premier trimestre de 1999 caractérisé par des ventes vigoureuses. Auparavant, les pharmacies avaient connu un recul de leurs ventes dans la deuxième moitié de 1998, à la suite d'une tendance générale à la hausse observée depuis le milieu de 1997.

Les magasins d'alimentation (+0,5 %) ont également vu leurs ventes augmenter en novembre. Dans l'ensemble, les ventes enregistrées par ces magasins progressent depuis le printemps 1996.



### Near record drop in department store sales

In November, department stores were almost entirely responsible for the decline observed in the general merchandise sector (-4.9%). Sales in department stores fell 8.2%, marking the largest monthly decline since April 1994 (-8.3%). These record declines can be associated with the closure of department store chains - most of Eaton's stores were closed in November 1999, and Woolco stores were sold to Wal-Mart in early 1994.

Prior to November's retreat, department store sales had been advancing since early 1996, except for a period of diminishing sales in the spring of 1998.

Consumers also reduced spending in furniture stores (-2.6%) and clothing stores (-1.1%) in November. These declines followed significant sales gains in October for both store types. Sales in both furniture and clothing stores have generally been rising since early 1996.

### Retailers in Atlantic and Central Canada post good year-to-date results

Retail sales advanced in all provinces in November, except in British Columbia (-0.2%) and Nova Scotia (unchanged). After reporting significant declines in October, retailers in Saskatchewan (+3.2%) and Manitoba (+2.1%) posted the largest sales increases. Retail sales in these two provinces have shown little progress in the last two years.

A comparison of year-to-date sales with the same period in 1998 shows considerable differences by province. All provinces east of Manitoba, with the exception of Nova Scotia, posted increases above the national average. The Northwest Territories and Nunavut combined also posted strong sales in the first 11 months of 1999.

### Related indicators for December

Total employment advanced for a fourth consecutive month in December (+0.3%) on the strength of full-time jobs. Industry sources suggested a strong increase in the number of new motor vehicles sold in December. The number of housing starts remained essentially unchanged compared with November. Overall, housing starts have been increasing since the summer of 1998 after a period of retreat in the spring of that year.

### La baisse dans les ventes des grands magasins atteint un niveau presque égalé

En novembre, le recul observé dans le secteur des marchandises diverses (-4,9 %) a été presque entièrement le fait des grands magasins. Les ventes de ces derniers ont chuté de 8,2 %; il s'agit du recul mensuel le plus important depuis avril 1994 (-8,3 %). Ces baisses records dans les ventes peuvent être reliées aux fermetures de chaînes de grands magasins - la plupart des magasins Eaton ont été fermés en novembre 1999 et, au début de 1994, les magasins Woolco avaient été vendus à Wal-Mart.

Avant le recul observé en novembre, les ventes des grands magasins étaient en progression depuis le début de 1996, à l'exception d'un ralentissement observé au printemps 1998.

En novembre, les consommateurs ont également réduit leurs dépenses dans les magasins de meubles (-2,6 %) et dans les magasins de vêtements (-1,1 %). Ces baisses sont survenues après d'importantes augmentations des ventes qui ont été observées en octobre dans ces deux types de magasin. En général, les magasins de meubles et les magasins de vêtements connaissent une progression de leurs ventes depuis le début de 1996.

### Les détaillants des provinces de l'Atlantique et du centre du Canada connaissent de bons résultats cumulatifs

Les ventes au détail ont progressé dans toutes les provinces en novembre, sauf en Colombie-Britannique (-0,2 %) et en Nouvelle-Écosse (aucune variation). Après avoir enregistré des reculs importants en octobre, les détaillants de la Saskatchewan (+3,2 %) et du Manitoba (+2,1 %) ont affiché les gains les plus importants en novembre. Dans ces deux provinces, les ventes au détail ont peu progressé au cours des deux dernières années.

Une comparaison de l'ensemble des ventes enregistrées depuis le début de l'année avec celles réalisées au cours de la même période de 1998 montre des différences importantes entre les provinces. Toutes les provinces à l'est du Manitoba, à l'exception de la Nouvelle-Écosse, ont affiché des gains supérieurs à la moyenne nationale. Les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut réunis ont également connu de bonnes ventes au cours des 11 premiers mois de 1999.

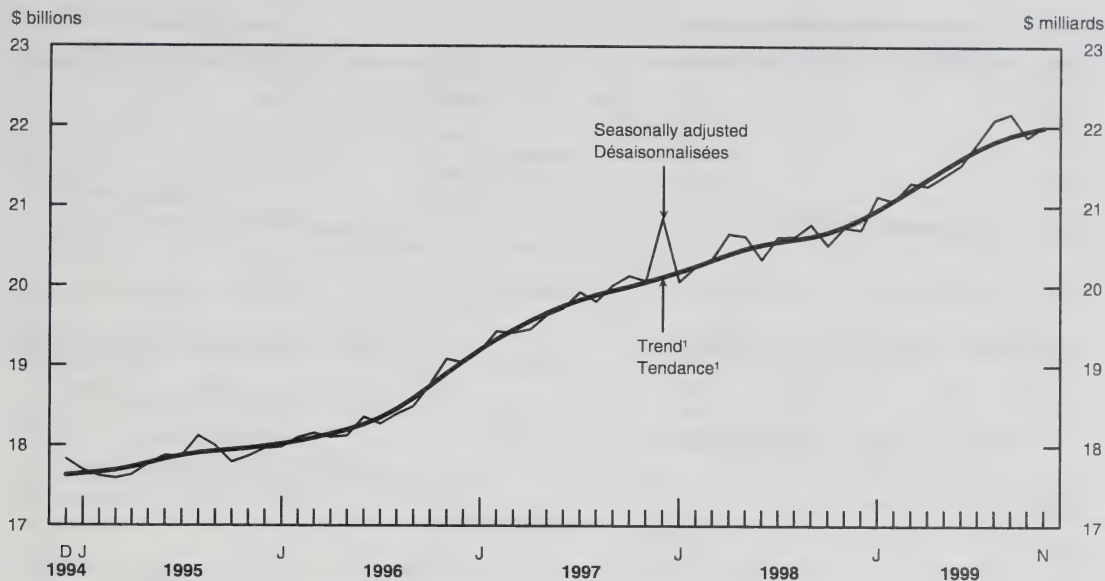
### Indicateurs connexes pour décembre

Le nombre total d'emplois a progressé pour un quatrième mois consécutif en décembre (+0,3 %), grâce aux emplois à temps plein. Des sources au sein de l'industrie prévoient une forte augmentation du nombre de nouveaux véhicules automobiles vendus en décembre. Le nombre de mises en chantier est demeuré pratiquement inchangé comparativement à novembre. Dans l'ensemble, les mises en chantier augmentent depuis l'été 1998, après un recul observé au printemps de la même année.



## Retail Sales – Canada

## Canada Ventes au détail – Canada



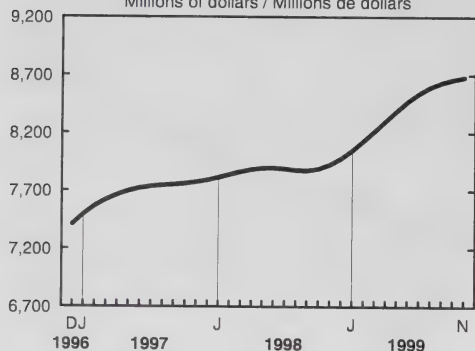
<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

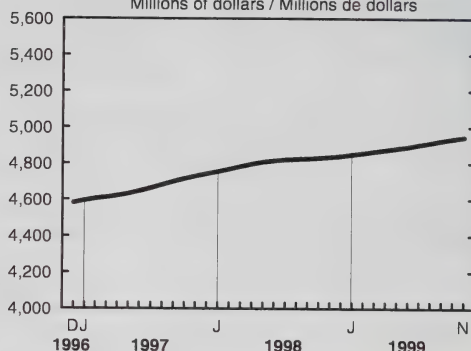


**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**

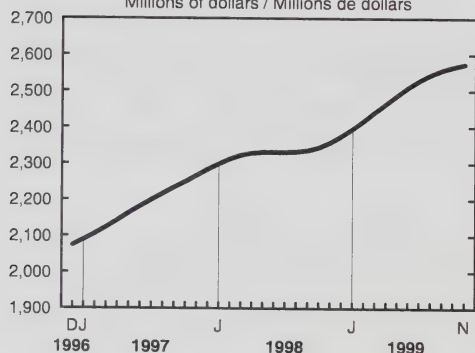
Millions of dollars / Millions de dollars


**Food / Aliments**

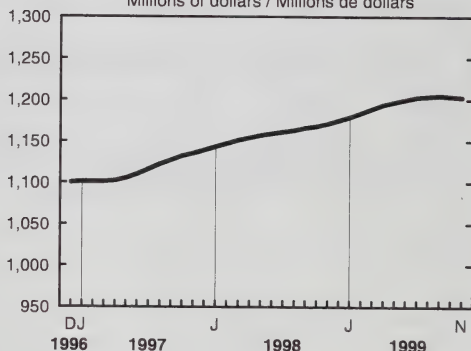
Millions of dollars / Millions de dollars


**General Merchandise / Marchandises diverses**

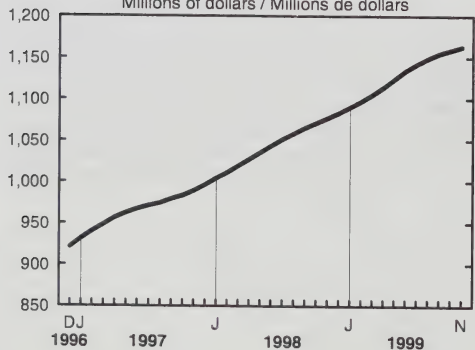
Millions of dollars / Millions de dollars


**Clothing / Vêtements**

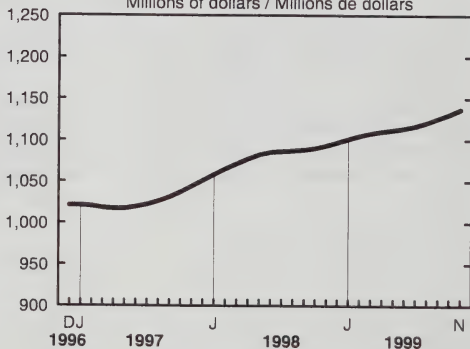
Millions of dollars / Millions de dollars


**Furniture / Meubles**

Millions of dollars / Millions de dollars


**Drug / Médicaments**

Millions of dollars / Millions de dollars


<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.







## **Statistical Tables**

---

## **Tableaux statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	Year-to-date 1999 Cumulatif	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,589.6	4,567.4	4,555.3	4,554.9	49,937.0	0.5	0.3
All other food stores	369.7	365.9	367.4	364.2	3,998.7	1.0	-0.4
Drugs and patent medicine stores	1,141.3	1,125.1	1,125.2	1,120.2	12,292.1	1.4	0.0
Shoe stores	130.7	137.7	128.9	131.2	1,491.7	-5.1	6.8
Men's clothing stores	132.1	132.8	127.5	132.6	1,415.9	-0.5	4.2
Women's clothing stores	380.6	377.2	359.6	377.0	4,103.4	0.9	4.9
Other clothing stores	557.6	567.0	552.9	559.9	6,124.9	-1.7	2.6
Household furniture and appliance stores	941.8	976.9	928.5	939.0	10,123.4	-3.6	5.2
Household furnishings stores	226.5	222.4	213.3	214.8	2,328.5	1.8	4.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,878.2	5,655.1	6,081.0	5,989.3	63,106.5	3.9	-7.0
Gasoline service stations	1,537.7	1,533.7	1,515.6	1,511.4	15,633.3	0.3	1.2
Automotive parts, accessories and services	1,285.6	1,250.6	1,257.9	1,252.2	13,655.3	2.8	-0.6
General merchandise stores	2,435.3	2,561.0	2,578.9	2,561.8	27,476.6	-4.9	-0.7
Other semi-durable goods stores	726.8	721.5	713.6	734.0	7,846.2	0.7	1.1
Other durable goods stores	578.7	589.1	581.3	582.5	6,464.4	-1.8	1.3
Other retail stores	1,095.5	1,085.4	1,074.2	1,056.7	11,562.3	0.9	1.0
<b>Total, all stores</b>	<b>22,007.8</b>	<b>21,868.8</b>	<b>22,161.1</b>	<b>22,081.6</b>	<b>237,560.7</b>	<b>0.6</b>	<b>-1.3</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	352.0	346.6	352.8	344.5	3,790.6	1.6	-1.8
Prince Edward Island	98.7	98.0	99.9	97.3	1,046.0	0.7	-1.9
Nova Scotia	681.1	680.8	680.5	677.1	7,351.8	0.0	0.0
New Brunswick	546.4	543.0	548.6	556.5	5,884.6	0.6	-1.0
Quebec	5,075.4	5,034.6	5,101.7	5,058.1	55,192.2	0.8	-1.3
Ontario	8,475.4	8,426.0	8,472.9	8,581.5	90,909.6	0.6	-0.6
Manitoba	751.4	736.2	774.8	768.0	8,239.6	2.1	-5.0
Saskatchewan	648.8	628.6	653.0	658.9	7,025.0	3.2	-3.7
Alberta	2,495.8	2,487.4	2,562.6	2,476.6	26,658.8	0.3	-2.9
British Columbia	2,806.9	2,812.4	2,838.1	2,788.3	30,654.2	-0.2	-0.9
Yukon	27.4	26.6	28.2	27.1	299.7	3.0	-5.7
Nunavut	14.8	14.5	14.9	14.4	160.1	2.1	-2.7
Northwest Territories	33.7	34.0	33.3	33.1	347.6	-0.9	2.1



Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
September 1999 Septembre	August 1999 Août	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
0.0	0.6	2.2	2.5	2.0	2.7	2.1 Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.9	0.9	3.5	0.0	2.9	1.3	1.0 Tous les autres magasins d'alimentation
0.4	0.0	5.7	3.8	4.4	2.7	3.5 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.8	-3.6	-2.2	1.9	-4.4	-4.9	-2.6 Magasins de chaussures
-3.8	2.6	-1.0	1.1	-4.0	-0.9	-2.5 Magasins de vêtements pour hommes
-4.6	0.8	2.1	4.2	-1.1	3.3	1.5 Magasins de vêtements pour femmes
-1.3	-2.3	2.9	4.9	3.4	4.6	6.7 Autres magasins de vêtements
-1.1	0.2	8.6	14.1	9.3	8.7	9.7 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-0.7	-0.3	3.4	7.9	4.9	5.3	4.8 Magasins d'accessoires d'ameublement
1.5	2.3	8.3	7.8	9.3	9.6	7.0 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.3	4.7	20.7	19.0	17.3	15.9	8.3 Stations-service
0.5	2.9	5.5	2.3	4.7	5.3	4.1 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.7	0.8	4.0	9.0	10.1	10.5	7.4 Magasins de marchandises diverses
-2.8	1.4	2.1	2.1	2.9	7.9	4.2 Autres magasins de produits semi-durables
-0.2	0.8	1.3	2.4	1.8	3.6	4.5 Autres magasins de produits durables
1.7	-0.7	10.0	10.2	9.1	8.5	8.2 Autres magasins de vente au détail
0.4	1.3	6.1	6.6	6.7	7.1	5.4 <b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>						
2.4	0.6	5.5	5.2	6.5	8.5	6.4 Terre-Neuve
2.7	-0.5	14.5	14.5	14.0	10.6	9.2 Île-du-Prince-Édouard
0.5	1.6	5.4	6.2	6.5	5.8	5.1 Nouvelle-Écosse
-1.4	2.4	10.2	11.7	10.2	11.9	7.7 Nouveau-Brunswick
0.9	0.3	5.0	5.4	6.7	6.1	5.9 Québec
-1.3	2.4	8.2	8.9	8.3	10.2	7.4 Ontario
0.9	2.9	2.2	1.4	3.0	5.2	2.5 Manitoba
-0.9	2.7	3.5	0.5	0.2	3.1	0.5 Saskatchewan
3.5	1.0	6.3	7.4	6.4	5.7	3.7 Alberta
1.8	-0.9	3.0	3.5	4.1	1.9	1.2 Colombie-Britannique
4.1	-	4.6	3.5	7.2	1.5	5.1 Yukon
3.5	-					Nunavut
0.6	2.5					Territoires du Nord Ouest



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,326.3	4,651.7	4,542.2	4,504.2	49,544.2
All other food stores	348.6	365.5	358.9	359.9	3,910.8
Drugs and patent medicine stores	1,122.1	1,122.0	1,100.1	1,095.3	12,007.6
Shoe stores	144.0	159.1	139.0	135.0	1,453.9
Men's clothing stores	160.1	138.6	120.0	109.6	1,286.5
Women's clothing stores	409.8	399.6	373.6	358.7	3,884.5
Other clothing stores	619.2	614.8	586.0	604.4	5,709.9
Household furniture and appliance stores	1,044.4	1,010.2	959.7	943.5	9,649.6
Household furnishings stores	258.6	232.0	216.4	220.4	2,278.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,532.2	5,440.7	6,160.8	5,974.3	63,940.6
Gasoline service stations	1,519.6	1,593.2	1,566.3	1,642.9	15,716.5
Automotive parts, accessories and services	1,428.4	1,255.0	1,243.1	1,225.1	13,510.7
General merchandise stores	2,956.8	2,683.0	2,499.6	2,478.0	25,800.8
Other semi-durable goods stores	775.5	691.5	722.6	756.0	7,448.6
Other durable goods stores	553.0	533.8	566.2	609.5	5,916.4
Other retail stores	1,030.6	1,091.4	1,075.6	1,113.9	11,173.5
<b>Total, all stores</b>	<b>22,229.2</b>	<b>21,982.0</b>	<b>22,230.1</b>	<b>22,130.7</b>	<b>233,232.5</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	369.2	346.6	349.5	357.1	3,719.6
Prince Edward Island	96.0	95.8	101.1	110.9	1,032.4
Nova Scotia	697.1	678.5	673.1	693.9	7,202.5
New Brunswick	556.9	551.4	551.2	574.9	5,792.9
Quebec	5,016.7	5,063.3	5,133.7	5,076.4	54,473.1
Ontario	8,690.5	8,417.2	8,533.9	8,446.6	88,966.4
Manitoba	759.7	754.3	773.7	764.3	8,061.3
Saskatchewan	667.4	661.8	651.7	662.6	6,912.4
Alberta	2,543.3	2,525.1	2,538.3	2,492.6	26,150.2
British Columbia	2,761.7	2,814.3	2,846.8	2,872.4	30,122.3
Yukon	25.0	25.2	29.0	30.8	297.4
Nunavut	14.3	14.8	14.4	14.9	156.7
Northwest Territories	31.3	33.6	33.7	33.2	344.7



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
3.5	-0.3	3.6	0.0	1.9
2.6	-0.4	3.8	0.2	0.9
6.3	2.2	4.6	3.0	3.5
-4.3	3.0	-6.2	-8.7	-2.7
1.0	-0.9	-1.9	-2.2	-2.5
3.9	4.7	-3.6	2.9	1.6
2.0	4.5	3.7	3.7	6.4
10.6	11.7	8.7	9.6	9.6
9.1	6.2	2.7	5.5	5.2
12.3	4.9	10.4	14.7	7.1
21.2	18.9	20.3	16.8	8.8
8.4	-1.1	5.1	5.6	4.0
3.3	7.0	11.6	9.9	7.5
3.4	0.8	3.3	7.9	4.3
-1.2	2.3	3.2	1.7	4.2
10.3	8.3	11.2	6.4	8.4
7.5	4.5	7.8	7.6	5.4
<b>Total, ensemble des magasins</b>				
<b>Régions</b>				
7.6	2.0	8.8	8.5	6.6
14.3	10.6	16.7	12.4	9.8
6.5	3.4	8.3	5.7	5.0
11.5	8.5	10.8	12.9	7.9
6.5	2.6	7.9	6.9	5.8
9.4	7.1	9.2	10.6	7.5
3.2	-1.2	5.1	5.2	2.4
5.4	-1.3	1.5	3.5	0.7
8.1	5.4	8.0	6.0	3.8
4.2	2.3	4.8	2.7	1.2
6.8	-1.2	9.0	0.7	4.9
Nunavut				
Territoires du Nord Ouest				



Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,037.5	13,779.4	12,749.3	13,584.3	13,696.0
All other food stores	1,103.8	1,109.8	983.1	1,149.8	1,090.5
Drugs and patent medicine stores	3,298.7	3,280.8	3,184.1	3,495.8	3,202.6
Shoe stores	403.8	448.3	298.7	481.6	426.4
Men's clothing stores	345.4	367.4	275.1	560.5	347.6
Women's clothing stores	1,103.5	1,136.9	834.8	1,360.3	1,094.6
Other clothing stores	1,715.3	1,549.8	1,210.9	2,088.0	1,622.6
Household furniture and appliance stores	2,849.2	2,521.3	2,224.5	3,154.8	2,602.2
Household furnishings stores	660.5	614.0	513.0	719.6	627.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	18,339.0	19,798.3	14,830.3	14,844.9	16,607.8
Gasoline service stations	4,792.9	4,265.3	3,545.5	3,855.8	4,164.4
Automotive parts, accessories and services	3,795.8	3,994.1	3,037.4	3,935.6	3,668.0
General merchandise stores	7,388.8	7,107.2	5,664.9	9,323.8	6,689.9
Other semi-durable goods stores	2,237.8	2,198.6	1,545.4	2,509.3	2,113.4
Other durable goods stores	1,774.6	1,685.1	1,369.9	2,151.1	1,742.1
Other retail stores	3,454.0	3,157.5	2,440.0	3,308.2	3,135.1
<b>Total, all stores</b>	<b>67,300.5</b>	<b>67,013.8</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>	<b>62,830.3</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	284.9	284.4	256.0	279.1	280.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	58.6	58.4	55.4	66.2	55.3
Shoe stores	3.8	3.6	2.5	4.6	3.7
Men's clothing stores	3.6	3.7	2.6	7.9	4.2
Women's clothing stores	13.5	13.3	9.1	21.4	13.3
Other clothing stores	16.8	12.8	10.2	24.7	16.3
Household furniture and appliance stores	34.4	29.2	24.2	43.7	29.7
Household furnishings stores	2.4	2.0	1.6	2.8	2.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	280.9	323.6	205.6	178.3	241.8
Gasoline service stations	84.9	71.0	60.8	76.1	82.4
Automotive parts, accessories and services	52.3	55.1	39.6	61.7	51.1
General merchandise stores	152.0	138.7	111.6	210.0	136.4
Other semi-durable goods stores	25.0	23.7	15.4	28.5	22.4
Other durable goods stores	13.2	11.0	7.6	17.5	12.1
Other retail stores	40.5	36.6	30.3	43.3	38.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,080.6</b>	<b>1,080.7</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>	<b>1,001.1</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Canada</b>
2.5	1.7	1.8	2.8	2.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1.2	-0.2	1.8	0.8	0.3	Tous les autres magasins d'alimentation
3.0	2.3	4.8	3.0	6.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.3	-3.0	-0.5	-3.0	0.6	Magasins de chaussures
-0.6	-4.2	-5.2	1.5	-0.5	Magasins de vêtements pour hommes
0.8	0.6	1.8	0.0	-0.3	Magasins de vêtements pour femmes
5.7	9.6	6.8	7.5	9.1	Autres magasins de vêtements
9.5	9.3	8.8	9.0	8.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.3	3.9	4.4	7.3	6.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.4	2.4	8.4	-3.6	5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.1	6.2	-3.4	-8.0	-5.5	Stations-service
3.5	3.6	5.5	10.4	0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
10.4	6.8	7.1	4.2	6.0	Magasins de marchandises diverses
5.9	4.0	4.4	3.2	-0.6	Autres magasins de produits semi-durables
1.9	3.2	11.9	7.3	11.3	Autres magasins de produits durables
10.2	8.2	5.5	7.3	5.7	Autres magasins de vente au détail
7.1	3.6	4.9	1.9	3.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Terre-Neuve</b>
1.7	2.7	1.3	4.6	-2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.0	1.0	-2.8	-2.2	-5.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.7	-2.7	4.2	-4.2	-	Magasins de chaussures
-14.3	-22.9	-7.1	33.9	55.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.5	5.6	5.8	1.4	-0.7	Magasins de vêtements pour femmes
3.1	4.1	15.9	-	2.5	Autres magasins de vêtements
15.8	24.3	30.1	23.1	9.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.1	-	6.7	-12.5	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
16.2	11.4	17.4	1.0	5.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.0	-6.5	-11.6	-0.9	-0.4	Stations-service
2.3	11.8	7.9	16.9	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
11.4	9.0	9.1	4.7	6.7	Magasins de marchandises diverses
11.6	17.3	18.5	-5.0	-14.5	Autres magasins de produits semi-durables
9.1	15.8	16.9	7.4	2.5	Autres magasins de produits durables
4.4	1.4	6.3	6.1	2.9	Autres magasins de vente au détail
7.9	6.7	6.3	4.1	1.4	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	80.9	74.0	63.7	64.9	70.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	18.2	17.2	16.6	19.6	18.4
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	9.6	5.7	4.0	9.7	8.8
Household furniture and appliance stores	7.7	7.1	5.9	8.8	6.4
Household furnishings store	5.1	4.0	3.0	4.6	4.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	66.9	70.9	45.4	44.6	56.0
Gasoline service stations	37.8	27.7	20.9	24.3	31.8
Automotive parts, accessories and services	18.9	19.9	12.6	19.1	18.2
General merchandise stores	29.0	22.8	16.3	31.6	22.7
Other semi-durable goods stores	17.9	12.6	7.9	12.5	17.5
Other durable goods stores	6.7	6.0	3.0	6.1	5.5
Other retail stores	17.6	13.5	8.9	13.5	16.2
<b>Total, all stores</b>	<b>330.9</b>	<b>293.7</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>	<b>291.2</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	519.3	496.3	455.1	487.5	494.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	131.7	125.8	124.6	139.9	130.0
Shoe stores	6.7	6.8	4.7	7.8	6.9
Men's clothing stores	4.6	4.6	3.3	8.1	4.4
Women's clothing stores	29.2	32.1	23.8	44.7	32.4
Other clothing stores	41.2	32.3	25.7	55.4	38.3
Household furniture and appliance stores	62.1	51.0	45.9	68.5	51.4
Household furnishings store	15.5	14.5	11.8	15.2	10.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	510.6	600.6	431.7	431.1	495.2
Gasoline service stations	173.7	152.6	117.1	132.6	146.5
Automotive parts, accessories and services	113.6	116.9	86.6	124.4	110.0
General merchandise stores	220.1	207.6	164.2	311.5	198.3
Other semi-durable goods stores	68.8	59.5	45.0	79.0	68.8
Other durable goods stores	44.1	38.7	31.4	57.4	42.4
Other retail stores	120.0	107.7	80.3	113.0	112.7
<b>Total, all stores</b>	<b>2,085.7</b>	<b>2,071.0</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>	<b>1,965.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
14.3	16.5	11.4	5.4	9.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.1	-2.8	-1.8	3.2	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
9.1	11.8	2.6	6.6	20.5	Autres magasins de vêtements
20.3	14.5	5.4	10.0	16.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.1	-	25.0	43.8	104.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
19.5	1.1	6.8	-4.1	-2.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.9	2.2	-15.4	-24.5	-18.7	Stations-service
3.8	5.9	9.6	26.5	14.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
27.8	6.5	-3.0	-5.4	-6.2	Magasins de marchandises diverses
2.3	5.9	8.2	1.6	1.2	Autres magasins de produits semi-durables
21.8	53.8	15.4	13.0	19.6	Autres magasins de produits durables
8.6	11.6	7.2	18.4	14.9	Autres magasins de vente au détail
13.6	7.8	4.7	1.2	3.3	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.1	5.8	2.3	3.5	-5.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.3	-0.5	-1.7	1.6	8.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.9	-5.6	-	-4.9	-4.2	Magasins de chaussures
4.5	-6.1	-10.8	3.8	2.3	Magasins de vêtements pour hommes
-9.9	10.7	19.0	14.9	17.0	Magasins de vêtements pour femmes
7.6	12.5	11.3	9.9	16.1	Autres magasins de vêtements
20.8	17.0	13.1	11.9	14.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
50.5	64.8	51.3	34.5	14.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.1	-0.2	3.1	0.3	-3.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.6	16.4	-1.5	5.6	14.7	Stations-service
3.3	3.3	9.3	10.2	-8.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
11.0	9.2	9.6	6.9	8.4	Magasins de marchandises diverses
-	-9.8	6.9	11.1	18.6	Autres magasins de produits semi-durables
4.0	1.8	18.5	11.9	18.4	Autres magasins de produits durables
6.5	8.7	5.8	6.2	8.4	Autres magasins de vente au détail
6.1	4.5	4.3	5.1	1.7	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	426.1	398.3	353.8	392.0	389.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	87.1	84.7	80.3	91.5	82.3
Shoe stores	6.9	6.7	4.1	7.4	6.0
Men's clothing stores	6.2	5.8	5.1	11.4	6.3
Women's clothing stores	20.7	21.0	14.4	28.6	20.1
Other clothing stores	33.8	27.4	21.5	44.2	32.7
Household furniture and appliance stores	49.6	40.9	37.6	58.1	42.2
Household furnishings stores	14.4	12.2	9.5	14.6	12.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	483.7	542.3	336.5	300.6	402.7
Gasoline service stations	134.1	110.8	96.2	114.0	127.3
Automotive parts, accessories and services	99.5	106.3	73.6	108.4	97.3
General merchandise stores	179.1	167.1	129.3	246.3	165.2
Other semi-durable goods stores	51.7	50.2	37.8	56.1	47.6
Other durable goods stores	29.0	25.3	18.6	38.1	26.8
Other retail stores	79.5	68.1	49.0	71.8	73.6
<b>Total, all stores</b>	<b>1,718.7</b>	<b>1,685.5</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>	<b>1,549.7</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,678.6	3,598.1	3,334.3	3,506.8	3,498.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	693.7	689.6	681.0	730.6	716.1
Shoe stores	134.3	155.2	88.6	170.0	141.5
Men's clothing stores	72.5	86.2	60.3	120.9	78.0
Women's clothing stores	294.3	317.5	219.6	356.6	307.6
Other clothing stores	435.0	433.2	303.0	492.7	434.1
Household furniture and appliance stores	776.1	697.6	543.4	802.1	708.5
Household furnishings stores	119.6	120.1	90.2	135.8	125.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,456.9	5,045.2	3,580.8	3,526.2	3,976.1
Gasoline service stations	937.6	827.6	711.4	757.9	783.0
Automotive parts, accessories and services	920.6	1,008.3	722.2	978.2	870.5
General merchandise stores	1,427.8	1,439.3	1,116.8	1,741.5	1,322.1
Other semi-durable goods stores	450.9	460.8	299.5	477.7	479.3
Other durable goods stores	359.9	367.0	292.7	427.4	352.7
Other retail stores	505.8	511.2	371.0	513.6	446.0
<b>Total, all stores</b>	<b>15,587.4</b>	<b>16,087.4</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>	<b>14,581.1</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
9.5	5.9	2.5	6.9	4.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.8	5.0	2.7	4.0	12.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
15.0	17.5	13.9	8.8	-1.6	Magasins de chaussures
-1.6	-1.7	18.6	20.0	14.5	Magasins de vêtements pour hommes
3.0	7.1	7.5	2.9	-3.8	Magasins de vêtements pour femmes
3.4	7.0	10.3	10.2	19.8	Autres magasins de vêtements
17.5	6.5	15.3	11.1	12.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.6	4.3	13.1	10.6	-2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
20.1	7.4	8.2	-17.8	6.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
5.3	-0.9	-12.4	-6.5	0.5	Stations-service
2.3	3.7	7.9	23.0	12.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.4	5.0	4.9	4.6	7.1	Magasins de marchandises diverses
8.6	6.6	37.5	11.3	6.0	Autres magasins de produits semi-durables
8.2	6.8	10.1	10.4	13.6	Autres magasins de produits durables
8.0	7.8	10.1	22.1	20.7	Autres magasins de vente au détail
10.9	5.9	5.1	1.1	6.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
5.1	5.1	4.1	6.1	3.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.1	-5.6	-2.4	-2.6	3.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.1	-5.0	-2.1	-3.6	-2.5	Magasins de chaussures
-7.1	-8.1	-0.3	5.4	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
-4.3	-4.5	-4.3	-7.5	-5.4	Magasins de vêtements pour femmes
0.2	6.8	7.4	9.2	9.7	Autres magasins de vêtements
9.5	9.9	12.7	9.7	9.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-4.9	-5.6	6.7	9.3	5.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
12.1	7.9	15.5	1.3	0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.7	10.9	-0.9	-10.5	-9.4	Stations-service
5.8	2.8	-2.1	4.2	-3.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.0	6.0	6.3	3.5	6.9	Magasins de marchandises diverses
-5.9	-7.1	-8.4	4.3	-5.0	Autres magasins de produits semi-durables
2.0	6.6	22.3	8.4	13.6	Autres magasins de produits durables
13.4	7.9	12.7	13.7	-0.4	Autres magasins de vente au détail
6.9	4.9	6.6	3.0	1.9	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,331.2	4,376.3	4,053.3	4,279.8	4,351.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,381.7	1,395.9	1,339.0	1,450.5	1,330.3
Shoe stores	149.7	171.5	121.1	179.1	162.2
Men's clothing stores	153.1	158.9	116.7	240.4	149.0
Women's clothing stores	439.5	458.4	336.0	555.3	426.5
Other clothing stores	656.8	594.1	473.4	827.5	580.2
Household furniture and appliance stores	1,047.3	923.6	819.0	1,121.1	937.5
Household furnishings stores	286.4	258.5	219.1	307.5	261.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,195.4	7,606.1	5,688.7	5,738.6	6,249.6
Gasoline service stations	1,811.3	1,656.7	1,392.1	1,491.6	1,548.4
Automotive parts, accessories and services	1,459.2	1,555.1	1,191.3	1,507.1	1,410.7
General merchandise stores	2,940.1	2,811.2	2,215.1	3,744.1	2,609.3
Other semi-durable goods stores	1,017.0	972.7	678.3	1,120.1	890.1
Other durable goods stores	708.2	669.7	532.0	881.9	688.3
Other retail stores	1,602.0	1,405.9	1,071.0	1,460.5	1,413.9
<b>Total, all stores</b>	<b>25,676.0</b>	<b>25,509.6</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>	<b>23,475.3</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	545.9	532.3	491.0	536.7	535.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	70.4	68.8	69.5	76.1	69.4
Shoe stores	11.1	12.3	8.9	15.5	12.5
Men's clothing stores	10.8	11.8	7.9	17.0	9.3
Women's clothing stores	29.8	30.1	21.9	34.4	27.2
Other clothing stores	50.8	45.3	37.5	67.3	48.3
Household furniture and appliance stores	85.5	74.6	72.6	103.2	80.2
Household furnishings stores	16.3	14.1	10.8	14.5	13.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	684.5	710.9	597.4	631.4	671.8
Gasoline service stations	179.4	162.0	139.5	144.4	156.3
Automotive parts, accessories and services	111.0	123.0	98.4	123.1	118.0
General merchandise stores	285.0	279.3	224.9	372.8	263.9
Other semi-durable goods stores	54.8	54.3	41.6	74.6	48.7
Other durable goods stores	54.7	55.9	41.2	61.7	52.2
Other retail stores	100.8	94.0	72.3	103.8	90.6
<b>Total, all stores</b>	<b>2,309.9</b>	<b>2,287.0</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>	<b>2,215.8</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
-0.5	-0.5	0.2	1.4	4.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.9	6.4	10.5	10.5	15.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.7	-1.4	2.5	-4.5	1.1	Magasins de chaussures
2.8	-0.6	-3.5	2.0	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
3.0	3.9	4.1	5.6	3.6	Magasins de vêtements pour femmes
13.2	18.7	9.0	10.6	11.1	Autres magasins de vêtements
11.7	12.7	8.9	13.4	13.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.4	9.4	4.4	13.7	12.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
15.1	3.2	12.0	-0.3	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.0	10.6	3.6	-6.6	-6.2	Stations-service
3.4	5.6	12.1	15.7	4.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
12.7	8.5	9.0	5.9	6.6	Magasins de marchandises diverses
14.3	11.1	9.6	5.2	4.5	Autres magasins de produits semi-durables
2.9	3.9	12.0	9.7	13.2	Autres magasins de produits durables
13.3	11.6	4.7	7.6	7.7	Autres magasins de vente au détail
9.4	5.3	7.3	4.1	7.4	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
2.0	-0.4	-1.0	5.0	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.4	1.5	3.0	-0.3	3.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-11.2	-3.9	-1.1	11.5	12.6	Magasins de chaussures
16.1	4.4	1.3	4.9	-5.1	Magasins de vêtements pour hommes
9.6	9.9	9.0	3.3	2.6	Magasins de vêtements pour femmes
5.2	4.4	4.5	2.3	4.3	Autres magasins de vêtements
6.6	4.3	5.5	11.7	6.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
23.5	11.0	1.9	-6.5	-9.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.9	-4.8	5.1	-7.7	2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
14.8	6.6	5.0	-2.9	-0.4	Stations-service
-5.9	2.8	12.3	7.4	-0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.0	4.6	5.5	2.8	4.9	Magasins de marchandises diverses
12.5	8.4	6.1	-2.6	-10.6	Autres magasins de produits semi-durables
4.8	2.4	4.8	-	8.8	Autres magasins de produits durables
11.3	7.9	6.6	5.1	7.3	Autres magasins de vente au détail
4.2	0.4	3.7	0.3	2.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	477.0	466.0	425.5	473.0	484.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	94.6	95.8	97.8	106.1	98.3
Shoe stores	5.4	6.2	4.6	6.5	5.8
Men's clothing stores	7.6	8.2	6.4	13.0	8.1
Women's clothing stores	24.2	25.7	18.9	30.6	24.1
Other clothing stores	44.5	39.3	31.1	55.7	41.8
Household furniture and appliance stores	61.6	57.2	55.2	81.6	59.5
Household furnishings stores	19.8	19.3	15.8	20.6	19.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	500.8	530.3	411.0	462.6	490.3
Gasoline service stations	178.8	154.6	126.1	137.8	151.5
Automotive parts, accessories and services	131.7	130.8	103.6	139.6	142.8
General merchandise stores	261.5	251.5	204.5	325.8	240.9
Other semi-durable goods stores	43.6	47.9	35.2	57.0	43.6
Other durable goods stores	47.7	46.0	35.2	61.3	46.3
Other retail stores	72.4	67.8	53.7	75.4	71.4
<b>Total, all stores</b>	<b>1,985.9</b>	<b>1,960.5</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>	<b>1,943.5</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,636.5	1,572.6	1,463.9	1,593.4	1,578.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	316.8	311.6	300.3	338.7	288.3
Shoe stores	33.9	33.7	25.4	37.1	35.9
Men's clothing stores	42.8	44.9	37.7	72.3	43.6
Women's clothing stores	104.4	102.7	83.4	126.9	104.3
Other clothing stores	203.4	167.4	141.6	247.6	215.6
Household furniture and appliance stores	353.7	304.8	288.1	416.2	318.5
Household furnishings store	74.5	72.0	63.0	85.6	75.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,066.2	2,133.3	1,701.5	1,771.9	1,927.7
Gasoline service stations	558.7	491.2	406.4	435.7	484.5
Automotive parts, accessories and services	427.5	429.5	328.4	433.2	417.3
General merchandise stores	841.7	793.8	653.3	1,059.1	769.5
Other semi-durable goods stores	209.8	210.7	159.5	253.8	198.2
Other durable goods stores	214.2	197.8	161.1	256.1	212.2
Other retail stores	436.4	413.3	336.8	435.2	411.5
<b>Total, all stores</b>	<b>7,565.9</b>	<b>7,323.5</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>	<b>7,130.7</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-1.6	-2.5	-0.9	1.9	4.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.8	-1.1	0.9	0.6	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.9	-13.9	-14.8	-7.1	-10.8	Magasins de chaussures
-6.2	-9.9	-11.1	-3.0	-3.6	Magasins de vêtements pour hommes
0.4	4.0	-5.0	-9.7	-9.7	Magasins de vêtements pour femmes
6.5	3.7	11.5	5.3	10.9	Autres magasins de vêtements
3.5	7.7	2.4	-2.6	5.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.5	4.3	1.9	-8.4	-6.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.1	-2.3	-7.4	-15.6	-5.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.0	9.0	0.2	-1.6	-0.4	Stations-service
-7.8	3.4	-	12.1	7.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.6	5.5	4.6	2.1	5.7	Magasins de marchandises diverses
-	-3.4	-7.1	-14.7	-3.5	Autres magasins de produits semi-durables
3.0	1.5	5.4	6.1	4.5	Autres magasins de produits durables
1.4	0.9	1.9	-1.2	0.1	Autres magasins de vente au détail
2.2	0.4	-1.5	-3.3	1.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
3.7	2.4	5.1	8.5	9.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.9	6.0	5.0	-1.8	-4.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.6	-8.4	-4.2	-2.6	12.5	Magasins de chaussures
-1.8	-8.4	-15.1	-4.5	1.6	Magasins de vêtements pour hommes
0.1	0.5	9.0	3.9	3.4	Magasins de vêtements pour femmes
-5.7	-7.2	-3.1	0.4	7.2	Autres magasins de vêtements
11.1	6.2	4.8	7.3	8.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.3	-2.3	2.8	4.9	10.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.2	-5.0	-0.4	-11.8	6.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.3	4.5	-5.1	-9.6	-7.0	Stations-service
2.4	1.5	3.7	11.9	1.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.4	5.3	7.6	5.7	9.4	Magasins de marchandises diverses
5.9	5.1	8.2	2.4	-1.6	Autres magasins de produits semi-durables
0.9	-1.3	4.7	6.1	11.0	Autres magasins de produits durables
6.1	7.4	9.0	6.9	7.3	Autres magasins de vente au détail
6.1	0.5	2.8	0.2	5.7	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	2,001.2	1,928.2	1,806.3	1,921.7	1,961.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	438.3	425.5	412.7	469.0	407.1
Shoe stores	50.1	50.9	37.8	51.8	50.0
Men's clothing stores	41.2	41.0	33.7	65.1	41.8
Women's clothing stores	141.5	130.6	104.1	154.8	133.2
Other clothing stores	220.2	189.5	160.8	259.3	202.9
Household furniture and appliance stores	366.3	331.1	328.7	446.3	363.6
Household furnishings stores	105.6	96.5	87.8	117.8	100.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,048.1	2,192.1	1,798.4	1,730.4	2,060.8
Gasoline service stations	679.8	597.2	462.6	529.5	638.2
Automotive parts, accessories and services	446.8	435.0	371.4	428.3	418.2
General merchandise stores	991.8	936.0	777.0	1,220.7	905.6
Other semi-durable goods stores	290.5	299.2	220.3	342.4	289.4
Other durable goods stores	290.4	262.0	243.5	337.2	297.2
Other retail stores	466.9	429.1	357.8	467.7	448.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,719.3</b>	<b>8,488.1</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>	<b>8,456.8</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	55.9	53.0	46.6	49.5	51.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	1.2	0.9	1.5	1.2
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.8	4.4	4.0	5.1	4.5
Household furnishings stores	1.0	0.8	0.5	0.8	0.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	29.3	35.9
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	60.7	60.0	52.0	60.5	56.0
Other semi-durable goods stores	7.7	7.0	4.9	7.6	7.9
Other durable goods stores	6.5	5.8	3.5	6.5	6.4
Other retail stores	12.1	10.4	8.9	10.3	12.1
<b>Total, all stores</b>	<b>240.2</b>	<b>226.9</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>	<b>219.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
2.0	-0.3	-0.2	-5.3	-6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
7.7	2.3	4.7	-3.2	-6.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.2	2.2	-2.1	-	0.4	Magasins de chaussures
-1.4	-4.4	-9.4	-6.2	-8.7	Magasins de vêtements pour hommes
6.2	-4.2	-1.7	-5.9	-4.4	Magasins de vêtements pour femmes
8.5	10.4	7.4	3.6	2.2	Autres magasins de vêtements
0.7	1.7	5.9	-0.2	-2.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.6	1.6	-1.0	-5.2	-3.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.6	-2.4	0.0	-7.4	-0.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6.5	-7.8	-21.6	-13.2	-5.0	Stations-service
6.8	0.2	1.8	3.1	-4.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
9.5	4.4	3.7	-0.1	0.7	Magasins de marchandises diverses
0.4	2.7	2.6	-0.6	-7.4	Autres magasins de produits semi-durables
-2.3	-0.2	6.9	1.2	5.4	Autres magasins de produits durables
4.1	1.5	-2.0	0.8	2.1	Autres magasins de vente au détail
3.1	-0.3	-0.5	-3.6	-2.7	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
7.9	5.0	2.9	-	-1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-7.7	-	-16.7	-7.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
6.7	15.8	5.3	-12.1	-4.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.1	-	-44.4	-20.0	12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	-4.9	-3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.4	14.5	6.3	-1.1	2.9	Magasins de marchandises diverses
-2.5	-2.8	-	-11.6	-10.2	Autres magasins de produits semi-durables
1.6	3.6	-2.8	12.1	18.5	Autres magasins de produits durables
-	-19.4	2.3	-	7.1	Autres magasins de vente au détail
9.4	6.4	4.5	-0.3	2.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 1999	Quarter II 1999	Quarter I 1999	Quarter IV 1998	Quarter III 1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	26.6	25.0	22.0	24.1	26.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	13.1	16.0
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	4.6	3.7	2.2	3.8	4.5
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>93.1</b>	<b>88.5</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>	<b>89.6</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.0	20.0	17.9		
All other food stores	x	x	x		
Drugs and patent medicine stores	x	x	x		
Shoe stores	x	x	x		
Men's clothing stores	x	x	x		
Women's clothing stores	x	x	x		
Other clothing stores	x	x	x		
Household furniture and appliance stores	x	x	x		
Household furnishings stores	x	x	x		
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	26.5	20.5	x		
Gasoline service stations	5.3	4.6	6.2		
Automotive parts, accessories and services	x	x	x		
General merchandise stores	x	x	x		
Other semi-durable goods stores	x	x	1.9		
Other durable goods stores	2.4	2.9	1.8		
Other retail stores	x	x	x		
<b>Total, all stores</b>	<b>102.9</b>	<b>93.8</b>	<b>83.2</b>		



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
-	2.0	0.5	-3.2	1.5	<b>Yukon</b>
x	x	x	x	x	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	-3.0	1.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
2.2	8.8	-8.3	-13.6	-6.3	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
3.9	8.2	4.0	-0.8	5.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III	Quarter II	Quarter I	Quarter IV	Quarter III
	1999	1999	1999	1998	1998
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.3	8.0	6.7		
All other food stores	x	x	x		
Drugs and patent medicine stores	x	x	x		
Shoe stores	x	x	x		
Men's clothing stores	x	x	x		
Women's clothing stores	x	x	x		
Other clothing stores	x	x	x		
Household furniture and appliance stores	x	x	x		
Household furnishings stores	x	x	x		
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x		
Gasoline service stations	x	x	x		
Automotive parts, accessories and services	x	x	x		
General merchandise stores	x	x	x		
Other semi-durable goods stores	x	x	0.7		
Other durable goods stores	x	x	x		
Other retail stores	x	x	x		
<b>Total, all stores</b>	<b>44.2</b>	<b>44.6</b>	<b>38.8</b>		



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Quarter III 1998 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Nunavut</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets' and grocery stores	91.3	94.6	95.1	94.2
All other food stores	86.3	86.9	88.5	89.5
Drugs and patent medicine stores	90.7	93.1	91.5	91.5
Shoe stores	92.8	85.7	88.9	94.3
Men's clothing stores	88.5	90.5	91.2	89.9
Women's clothing stores	90.8	93.3	94.1	93.3
Other clothing stores	89.7	94.9	96.3	97.1
Household furniture and appliance stores	92.4	93.2	93.2	94.7
Household furnishings stores	82.3	88.6	89.3	88.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.4	94.4	95.4	95.7
Gasoline service stations	90.6	92.7	93.7	92.5
Automotive parts, accessories and services	89.2	92.1	95.5	93.8
General merchandise stores	99.1	99.3	99.0	99.3
Other semi-durable goods stores	87.3	90.5	91.9	91.9
Other durable goods stores	89.0	91.5	91.5	91.0
Other retail stores	82.0	95.5	95.0	94.8
<b>Total, all stores</b>	<b>91.8</b>	<b>94.3</b>	<b>94.9</b>	<b>94.7</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	95.9	97.1	97.0	97.2
Prince Edward Island	94.0	94.2	92.2	93.1
Nova Scotia	92.5	96.6	96.0	95.9
New Brunswick	90.6	94.8	94.4	88.8
Quebec	91.6	92.9	94.9	94.7
Ontario	92.2	94.6	95.0	94.9
Manitoba	91.8	92.9	92.5	93.3
Saskatchewan	91.6	94.4	94.7	93.4
Alberta	91.4	94.9	95.0	95.1
British Columbia	90.9	94.6	94.8	95.0
Yukon	87.7	88.7	89.4	89.0
Nunavut	84.4	82.5	98.8	95.2
Northwest Territories	89.3	94.7	95.0	94.3



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation			
November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août
Per cent – Pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>			
1.5	1.5	1.5	1.6
5.8	5.7	5.6	5.1
2.0	2.4	2.3	2.2
2.9	3.1	3.3	3.3
3.2	3.4	3.1	3.3
2.6	3.3	3.6	2.7
1.8	2.0	2.3	2.6
4.0	4.5	3.9	3.8
3.5	4.4	4.1	3.8
3.6	3.5	3.8	3.6
2.5	2.5	2.5	2.5
2.7	2.5	2.4	2.5
0.7	0.8	0.9	1.3
4.4	4.6	4.2	5.0
3.5	4.1	3.6	3.2
2.1	2.1	2.5	2.4
1.0	1.0	1.2	1.1
<b>Total, ensemble des magasins</b>			
<b>Régions</b>			
3.8	3.9	4.7	2.3
1.7	2.0	2.3	1.9
4.2	4.9	4.5	5.1
3.0	3.0	2.7	3.3
2.6	2.5	3.1	3.0
1.9	1.9	2.2	2.1
2.0	2.0	2.3	2.0
2.1	2.0	2.0	2.0
2.4	2.8	2.6	2.3
1.6	1.6	1.6	1.7
0.5	0.5	0.4	0.5
-	-	-	-
-	-	-	-



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai
Millions of dollars - Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,589.6	4,567.4	4,555.3	4,554.9	4,527.9	4,523.7	4,588.6
All other food stores	369.7	365.9	367.4	364.2	360.8	363.9	366.1
Drugs and patent medicine stores	1,141.3	1,125.1	1,125.2	1,120.2	1,119.8	1,111.6	1,112.2
Shoe stores	130.7	137.7	128.9	131.2	136.1	127.3	141.0
Men's clothing stores	132.1	132.8	127.5	132.6	129.3	123.1	127.4
Women's clothing stores	380.6	377.2	359.6	377.0	374.0	366.9	375.5
Other clothing stores	557.6	567.0	552.9	559.9	573.1	555.1	567.2
Household furniture and appliance stores	941.8	976.9	928.5	939.0	937.5	954.6	916.2
Household furnishings stores	226.5	222.4	213.3	214.8	215.4	201.4	209.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,878.2	5,655.1	6,081.0	5,989.3	5,857.0	5,702.5	5,485.1
Gasoline service stations	1,537.7	1,533.7	1,515.6	1,511.4	1,443.9	1,401.2	1,405.3
Automotive parts, accessories and services	1,285.6	1,250.6	1,257.9	1,252.2	1,216.4	1,246.0	1,239.4
General merchandise stores	2,435.3	2,561.0	2,578.9	2,561.8	2,541.0	2,492.4	2,492.7
Other semi-durable goods stores	726.8	721.5	713.6	734.0	724.2	711.1	712.6
Other durable goods stores	578.7	589.1	581.3	582.5	577.9	577.6	581.4
Other retail stores	1,095.5	1,085.4	1,074.2	1,056.7	1,064.1	1,061.4	1,064.0
<b>Total, all stores</b>	<b>22,007.8</b>	<b>21,868.8</b>	<b>22,161.1</b>	<b>22,081.6</b>	<b>21,798.5</b>	<b>21,519.9</b>	<b>21,384.2</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	352.0	346.6	352.8	344.5	342.4	348.5	347.0
Prince Edward Island	98.7	98.0	99.9	97.3	97.8	99.0	93.9
Nova Scotia	681.1	680.8	680.5	677.1	666.6	689.5	668.9
New Brunswick	546.4	543.0	548.6	556.5	543.7	535.7	544.4
Quebec	5,075.4	5,034.6	5,101.7	5,058.1	5,041.2	4,962.8	4,994.4
Ontario	8,475.4	8,426.0	8,472.9	8,581.5	8,378.5	8,249.2	8,193.5
Manitoba	751.4	736.2	774.8	768.0	746.6	741.9	730.7
Saskatchewan	648.8	628.6	653.0	658.9	641.6	637.3	635.7
Alberta	2,495.8	2,487.4	2,562.6	2,476.6	2,451.4	2,399.9	2,341.9
British Columbia	2,806.9	2,812.4	2,838.1	2,788.3	2,814.8	2,782.4	2,761.5
Yukon	27.4	26.6	28.2	27.1	27.1	27.6	27.7
Nunavut	14.8	14.5	14.9	14.4	14.4	14.9	14.3
Northwest Territories	33.7	34.0	33.3	33.1	32.3	31.1	30.2



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,521.0	4,517.8	4,496.0	4,494.8	4,457.9	4,489.0	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
356.5	366.6	360.4	357.2	358.9	357.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,106.3	1,115.5	1,112.8	1,102.1	1,070.4	1,079.6	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
141.4	140.7	137.4	139.3	139.2	133.7	Magasins de chaussures
127.4	129.2	128.5	126.0	129.0	133.4	Magasins de vêtements pour hommes
370.2	373.3	374.5	374.6	361.8	372.6	Magasins de vêtements pour femmes
559.0	555.1	547.1	530.9	517.8	542.0	Autres magasins de vêtements
862.0	890.6	887.5	888.8	881.6	866.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
208.2	206.0	206.1	205.0	207.6	219.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,623.4	5,689.0	5,601.6	5,544.3	5,464.6	5,429.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,392.6	1,318.0	1,286.5	1,287.4	1,276.6	1,273.5	Stations-service
1,229.5	1,228.0	1,196.7	1,253.0	1,226.7	1,218.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,446.3	2,440.4	2,436.1	2,490.7	2,369.8	2,341.2	Magasins de marchandises diverses
700.3	712.7	682.5	706.9	688.5	711.7	Autres magasins de produits semi-durables
584.7	599.0	596.1	616.1	567.1	571.5	Autres magasins de produits durables
1,025.9	1,012.0	1,015.3	1,007.8	985.1	995.9	Autres magasins de vente au détail
21,254.7	21,294.1	21,065.0	21,125.0	20,702.5	20,734.9	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
335.3	352.0	335.9	333.6	323.3	333.6	Terre-Neuve
90.3	92.5	89.3	89.3	85.8	86.2	Île-du-Prince-Édouard
632.2	660.6	660.0	654.5	651.1	646.1	Nouvelle-Écosse
523.4	520.5	513.2	509.2	493.8	496.0	Nouveau-Brunswick
4,983.1	5,019.6	4,955.4	4,965.9	4,823.3	4,834.1	Québec
8,111.1	8,085.2	7,976.2	7,960.1	7,775.3	7,835.7	Ontario
741.7	751.3	746.2	750.8	737.4	735.1	Manitoba
634.6	628.3	622.8	635.4	629.6	626.6	Saskatchewan
2,347.2	2,366.3	2,355.5	2,374.2	2,360.4	2,347.0	Alberta
2,785.7	2,744.9	2,738.3	2,780.9	2,752.4	2,725.1	Colombie-Britannique
27.2	26.7	28.0	26.1	26.2	26.2	Yukon
15.2	14.9	13.5	14.3			Nunavut
27.6	31.2	30.6	30.5			Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,326.3	4,651.7	4,542.2	4,504.2	4,991.1	4,559.3	4,700.0
All other food stores	348.6	365.5	358.9	359.9	385.1	379.3	379.3
Drugs and patent medicine stores	1,122.1	1,122.0	1,100.1	1,095.3	1,103.3	1,094.2	1,094.1
Shoe stores	144.0	159.1	139.0	135.0	129.8	140.2	165.0
Men's clothing stores	160.1	138.6	120.0	109.6	115.8	125.9	126.3
Women's clothing stores	409.8	399.6	373.6	358.7	371.1	371.5	402.4
Other clothing stores	619.2	614.8	586.0	604.4	524.9	507.6	540.8
Household furniture and appliance stores	1,044.4	1,010.2	959.7	943.5	946.0	911.4	834.8
Household furnishings stores	258.6	232.0	216.4	220.4	223.7	215.9	205.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,532.2	5,440.7	6,160.8	5,974.3	6,203.9	6,877.1	6,464.1
Gasoline service stations	1,519.6	1,593.2	1,566.3	1,642.9	1,583.7	1,467.5	1,453.1
Automotive parts, accessories and services	1,428.4	1,255.0	1,243.1	1,225.1	1,327.6	1,391.3	1,366.5
General merchandise stores	2,956.8	2,683.0	2,499.6	2,478.0	2,411.2	2,388.0	2,452.6
Other semi-durable goods stores	775.5	691.5	722.6	756.0	759.1	762.9	806.1
Other durable goods stores	553.0	533.8	566.2	609.5	598.9	569.1	583.0
Other retail stores	1,030.6	1,091.4	1,075.6	1,113.9	1,264.4	1,107.6	1,091.4
<b>Total, all stores</b>	<b>22,229.2</b>	<b>21,982.0</b>	<b>22,230.1</b>	<b>22,130.7</b>	<b>22,939.7</b>	<b>22,868.9</b>	<b>22,664.4</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	369.2	346.6	349.5	357.1	374.0	373.8	371.0
Prince Edward Island	96.0	95.8	101.1	110.9	119.0	109.6	98.8
Nova Scotia	697.1	678.5	673.1	693.9	718.7	726.1	701.6
New Brunswick	556.9	551.4	551.2	574.9	592.6	584.5	577.4
Quebec	5,016.7	5,063.3	5,133.7	5,076.4	5,377.4	5,335.0	5,497.5
Ontario	8,690.5	8,417.2	8,533.9	8,446.6	8,695.5	8,828.9	8,613.5
Manitoba	759.7	754.3	773.7	764.3	771.8	776.6	761.8
Saskatchewan	667.4	661.8	651.7	662.6	671.6	673.9	652.8
Alberta	2,543.3	2,525.1	2,538.3	2,492.6	2,535.0	2,504.9	2,466.9
British Columbia	2,761.7	2,814.3	2,846.8	2,872.4	3,000.0	2,874.0	2,846.7
Yukon	25.0	25.2	29.0	30.8	33.3	32.4	30.3
Nunavut	14.3	14.8	14.4	14.9	14.9	14.2	14.9
Northwest Territories	31.3	33.6	33.7	33.2	36.0	35.0	31.1



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,520.1	4,289.5	3,981.0	4,478.8	4,739.8	4,180.4	49,544.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
351.1	345.5	315.8	321.8	443.2	339.7	3,910.8	Tous les autres magasins d'alimentation
1,092.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5	1,342.0	1,055.7	12,007.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
143.1	109.0	81.3	108.4	176.8	150.5	1,453.9	Magasins de chaussures
115.2	95.9	80.0	99.1	262.2	158.5	1,286.5	Magasins de vêtements pour hommes
363.0	308.3	252.2	274.3	583.8	394.6	3,884.5	Magasins de vêtements pour femmes
501.4	466.9	356.9	387.0	892.5	607.1	5,709.9	Autres magasins de vêtements
775.1	791.5	689.3	743.7	1,306.5	944.1	9,649.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
193.1	194.5	160.1	158.4	264.0	237.1	2,278.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,457.2	6,102.2	4,535.2	4,192.9	4,732.2	4,926.3	63,940.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,344.8	1,255.9	1,106.0	1,183.5	1,261.3	1,254.1	15,716.5	Stations-service
1,236.3	1,094.7	899.7	1,043.0	1,349.6	1,317.5	13,510.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,266.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7	3,953.3	2,863.6	25,800.8	Magasins de marchandises diverses
629.6	553.7	478.6	513.0	1,073.3	749.8	7,448.6	Autres magasins de produits semi-durables
533.0	469.0	423.3	477.6	1,069.7	559.6	5,916.4	Autres magasins de produits durables
958.5	863.0	776.8	800.3	1,365.8	934.7	11,173.5	Autres magasins de vente au détail
21,480.5	20,145.7	16,900.1	17,661.2	24,816.3	20,673.5	233,232.5	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
335.8	323.3	256.8	262.5	394.5	343.2	3,719.6	Terre-Neuve
85.2	80.4	66.3	69.3	102.9	84.0	1,032.4	Île-du-Prince-Édouard
643.3	605.6	526.1	538.5	788.4	654.7	7,202.5	Nouvelle-Écosse
523.6	478.8	398.4	403.2	590.6	499.4	5,792.9	Nouveau-Brunswick
5,255.0	4,743.3	3,903.2	4,071.6	5,432.2	4,712.7	54,473.1	Québec
8,067.2	7,611.6	6,415.9	6,645.6	9,604.9	7,943.4	88,966.4	Ontario
748.6	714.7	600.6	635.2	898.4	736.1	8,061.3	Manitoba
633.8	585.4	500.4	551.0	759.7	633.4	6,912.4	Saskatchewan
2,351.6	2,279.7	1,898.1	2,014.7	2,873.0	2,351.7	26,150.2	Alberta
2,767.4	2,652.4	2,276.0	2,410.6	3,293.2	2,651.0	30,122.3	Colombie-Britannique
25.8	24.6	20.6	20.4	28.2	23.4	297.4	Yukon
15.4	14.5	12.0	12.4			156.7	Nunavut
27.7	31.3	25.6	26.2			344.7	Territoires du Nord Ouest



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	November 1999	October 1999	September 1999	August 1999	Year-to-date 1999
	Novembre	Octobre	Septembre	Août	Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	146.6	119.5	110.6	107.7	1,126.1
Prince Edward Island	33.7	30.0	30.5	36.5	310.3
Nova Scotia	262.1	221.6	206.0	215.7	2,160.9
New Brunswick	198.5	170.9	158.8	163.9	1,647.3
Quebec	1,667.4	1,678.3	1,573.7	1,578.2	16,571.3
Ontario	3,296.4	3,071.5	2,960.9	2,945.6	30,412.1
Manitoba	250.4	234.8	221.3	227.7	2,337.8
Saskatchewan	232.2	218.9	200.9	209.2	2,163.5
Alberta	889.1	820.1	799.5	817.7	8,257.2
British Columbia	1,036.8	988.3	990.5	976.7	10,129.3
Yukon	6.4	6.1	6.8	7.6	66.0
Nunavut	11.6	12.0	11.8	12.2	126.2
Northwest Territories	12.1	12.5	11.9	11.7	128.2
<b>Total</b>	<b>8,043.5</b>	<b>7,584.6</b>	<b>7,283.2</b>	<b>7,310.4</b>	<b>75,436.4</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	November 1999	October 1999	September 1999	August 1999	July 1999	June 1999	May 1999
	Novembre	Octobre	Septembre	Août	Juillet	Juin	Mai
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	146.6	119.5	110.6	107.7	105.1	101.1	102.9
Prince Edward Island	33.7	30.0	30.5	36.5	35.9	31.7	28.1
Nova Scotia	262.1	221.6	206.0	215.7	202.4	196.9	198.6
New Brunswick	198.5	170.9	158.8	163.9	155.8	150.3	151.3
Quebec	1,667.4	1,678.3	1,573.7	1,578.2	1,612.2	1,575.5	1,683.7
Ontario	3,296.4	3,071.5	2,960.9	2,945.6	2,873.4	2,876.7	2,905.7
Manitoba	250.4	234.8	221.3	227.7	220.2	217.8	217.9
Saskatchewan	232.2	218.9	200.9	209.2	200.5	204.2	200.0
Alberta	889.1	820.1	799.5	817.7	778.0	768.2	759.5
British Columbia	1,036.8	988.3	990.5	976.7	968.6	932.9	932.6
Yukon	6.4	6.1	6.8	7.6	7.5	7.0	5.8
Nunavut	11.6	12.0	11.8	12.2	12.1	11.4	12.2
Northwest Territories	12.1	12.5	11.9	11.7	12.2	13.2	11.9
<b>Total</b>	<b>8,043.5</b>	<b>7,584.6</b>	<b>7,283.2</b>	<b>7,310.4</b>	<b>7,183.9</b>	<b>7,086.8</b>	<b>7,210.1</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
4.7	3.3	11.3	8.4	7.6	Terre-Neuve
12.3	6.8	10.9	10.9	8.5	Île-du-Prince-Édouard
7.8	5.5	8.4	7.3	6.8	Nouvelle-Écosse
7.7	4.1	6.9	10.1	7.2	Nouveau-Brunswick
2.7	3.8	1.1	2.1	2.7	Québec
5.1	8.3	8.5	9.4	8.4	Ontario
0.6	2.3	9.4	5.3	4.7	Manitoba
3.2	1.0	4.3	4.5	2.8	Saskatchewan
3.1	3.7	7.2	4.6	4.3	Alberta
3.7	2.7	5.9	5.1	3.8	Colombie-Britannique
10.3	-9.0	6.3	-3.8	1.9	Yukon
					Nunavut
					Territoires du Nord Ouest
4.2	5.3	6.2	6.3	5.7	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
92.4	90.2	74.9	75.1	171.5	140.0	1,126.1	Terre-Neuve
22.7	22.7	19.0	19.5	44.9	30.0	310.3	Île-du-Prince-Édouard
177.2	178.9	147.0	154.5	334.3	243.2	2,160.9	Nouvelle-Écosse
139.6	131.6	110.8	115.8	247.8	184.3	1,647.3	Nouveau-Brunswick
1,507.1	1,321.8	1,117.2	1,256.2	2,214.4	1,623.4	16,571.3	Québec
2,632.2	2,465.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2	3,135.9	30,412.1	Ontario
210.9	201.4	164.4	171.0	358.5	249.0	2,337.8	Manitoba
192.9	181.5	155.8	167.4	316.7	224.9	2,163.5	Saskatchewan
711.8	700.2	594.6	618.5	1,240.4	862.3	8,257.2	Alberta
896.6	873.2	737.0	796.1	1,502.0	999.9	10,129.3	Colombie-Britannique
5.3	5.2	4.2	4.1	8.5	5.8	66.0	Yukon
12.1	11.4	9.4	10.0			126.2	Nunavut
11.7	11.6	9.8	9.6			128.2	Territoires du Nord Ouest
6,612.6	6,194.9	5,285.6	5,640.8	10,924.3	7,720.6	75,436.4	<b>Total</b>



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonné				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1997</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	107.5	237,596.8	7.5	221,067.9	5.5
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	107.5	246,161.3	3.7	228,965.6	3.7
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3	0.5
June	110.0	22,868.9	5.9	20,787.7	4.5
July	109.5	22,939.7	6.0	20,945.8	4.0
August	109.7	22,130.7	7.6	20,181.8	5.0
September	110.2	22,230.1	7.8	20,168.9	5.0
October	109.8	21,982.0	4.5	20,017.8	2.0
November	109.8	22,229.2	7.5	20,245.3	5.0
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1997</b>
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		Janvier
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Février
107.1	19,413.3	-0.1	18,128.0	0.0		Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	-0.1		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	0.0		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
107.5	237,596.7	...	220,955.1	...		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	0.0	19,177.2	0.0		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	-0.1		Décembre
107.5	246,184.0	...	229,054.6	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
108.1	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Février
108.1	21,294.1	1.1	19,691.8	0.5		Mars
108.9	21,254.7	-0.2	19,519.5	-0.9		Avril
109.1	21,384.2	0.6	19,608.0	0.5		Mai
109.2	21,519.9	0.6	19,710.0	0.5		Juin
109.5	21,798.5	1.3	19,899.6	1.0		Juillet
110.1	22,081.6	1.3	20,061.0	0.8		Août
110.6	22,161.1	0.4	20,044.6	-0.1		Septembre
110.3	21,868.8	-1.3	19,834.2	-1.0		Octobre
110.3	22,007.8	0.6	19,957.9	0.6		Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as “the aggregate sales made through retail locations (outlets)”.

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a “business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption”. Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the “general merchandise store” category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor’s withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l’ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d’affaires (habituellement un magasin) dont l’activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c’est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l’intermédiaire d’un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n’y a qu’une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l’activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d’occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d’autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d’un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n’est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d’alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d’alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d’accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and auto supply stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, battery, parts and accessories stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (general repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and body repair shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler replacement shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor vehicle glass replacement shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other motor vehicle repair shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car washes	6391	Lave-autos
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and stationery stores	6511	Librairies et papeteries
6521	Florist shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and garden centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, glass and wallpaper stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and hobby stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, novelty and souvenir stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting goods stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical instrument stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and tape stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and jewellery repair shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and photographic supply stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>	<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Liquor stores	6021	Magasins de spiritueux
6022	Wine stores	6022	Magasins de vin
6023	Beer stores	6023	Magasins de bière
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticians' shops	6592	Opticiens
6593	Art galleries and artists' supply stores	6593	Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Luggage and leather goods stores	6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Monument and tombstone dealers	6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Pet stores	6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Coin and stamp dealers	6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Mobile home dealers	6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Other retail stores, n.e.c.	6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# Canada A Portrait

The Perfect Gift for Your Family,  
Friends, Colleagues and Clients

## A Celebration of Canada

In this era of electronic communication, we appreciate more than ever the lasting beauty of a well-designed hardcover book. Treat yourself and others to *Canada A Portrait*, a panoramic view of our society and landscape.

*Canada A Portrait* profiles our country as we head into the new century

In 204 pages, *The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy, and Canada in the World* are all masterfully and permanently captured with engrossing narrative and more than 100 illustrations. Each chapter is prefaced by a very personal contribution from one of our most talented and respected citizens: Susan Aglukark, Pierre Berton, Richard Lipsey, Monique Mercure, Oscar Peterson and David Suzuki.

Since publication of the first edition in 1927, *Canada A Portrait* has been praised for its excellence. This 56<sup>th</sup> edition builds on this Statistics Canada tradition, offering booklovers a true celebration of Canada.

Connect with Canada at the close of a century.  
Celebrate the beginning  
of a millennium.

Order your copies today!

*Canada A Portrait* (cat. no. 11-403-XPE00001)  
costs \$42.95 plus shipping, handling and applicable taxes.

CALL toll-free 1 800 267-6677

FAX toll-free 1 877 287-4369

E-MAIL to [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

WRITE to Statistics Canada, Dissemination Division,  
Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa,  
Ontario, K1A 0T6, Canada

CONTACT your nearest Statistics Canada Regional Reference  
Centre listed in this publication.

Visit the Statistics Canada Web site at  
[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)



# Un portrait du Canada

Le cadeau idéal pour votre famille,  
vos amis, vos collègues et vos clients

## Une célébration du Canada

À une époque où les communications se font davantage par voie électronique, nous apprécions plus que jamais la beauté durable d'un livre relié de conception soignée. Offrez-vous et offrez à d'autres un exemplaire du livre *Un portrait du Canada*, qui présente une vue panoramique de notre société et de notre territoire.

*Un portrait du Canada* dresse un profil de notre pays à l'aube du 21<sup>e</sup> siècle

En 204 pages, cet ouvrage dépeint de façon captivante et de main de maître *Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde*, des thèmes que plus de 100 illustrations viennent figer dans le temps. Chaque chapitre est précédé d'une préface, une contribution personnelle d'un de nos plus éminents et talentueux citoyens : Susan Aglukark, Pierre Berton, Richard Lipsey, Monique Mercure, Oscar Peterson et David Suzuki.

La publication *Un portrait du Canada* est reconnue pour son excellence depuis la parution de la première édition en 1927. Cette 56<sup>e</sup> édition, qui s'inscrit dans cette tradition, offre aux amateurs de livres une célébration du Canada unique en son genre.

Avec cette publication, vous serez branché  
sur le Canada en cette fin de siècle.  
Quoi de mieux pour célébrer le début  
d'un nouveau millénaire?

Commandez vos exemplaires dès aujourd'hui!

La publication *Un portrait du Canada* (n° 11-403-XPF00001 au catalogue) coûte 42,95 \$, frais de port et de manutention et taxes en vigueur en sus.

APPELEZ sans frais 1 800 267-6677

TÉLÉCOPIEZ sans frais 1 877 287-4369

ENVOYEZ UN COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

ÉCRIVEZ à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada  
COMMUNIQUEZ avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.

Visitez le site Web de Statistique Canada à  
[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my:

☐ VISA

☐ MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature

☐ Payment enclosed \$

☐ Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

- ▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.
- ▶ Subscription will begin with the next issue to be released.
- ▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.
- ▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.
- ▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.
- ▶ GST Registration # R121491807

SUBTOTAL

DISCOUNT  
(if applicable)

GST (7%)  
(Canadian clients only, where applicable)

Applicable PST  
(Canadian clients only, where applicable)

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF 097019

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada





# Canada



# For and About Businesses Serving the Business of Canada ...

At last, current data and expert analysis on this VITAL sector in one publication!

**T**he services sector now dominates the industrial economies of the world. Telecommunications, banking, advertising, computers, real estate, engineering and insurance represent an eclectic range of services on which all other economic sectors rely.

Despite their critical economic role, however, it has been hard to find out what's happening in these industries. Extensive and time-consuming efforts have, at best, provided a collection of diverse bits and pieces of information ... an incomplete basis for informed understanding and effective action.

Now, instead of this fragmented picture, *Services Indicators* brings you a cohesive whole. An innovative quarterly from Statistics Canada, this publication **breaks new ground**, providing **timely** updates on performance and developments in:

- Communications
- Finance, Insurance and Real Estate
- Business Services

*Services Indicators* brings together analytical tables, charts, graphs and commentary in a stimulating and inviting format. From a wide range of key financial indicators including profits, equity, revenues, assets and liabilities, to trends and analysis of employment, salaries and output – PLUS a probing feature article in every issue, *Services Indicators* gives you the complete picture for the first time!

Finally, anyone with a vested interest in the services economy can go to *Services Indicators* for **current** information on these industries ... **both at-a-glance and in more detail than has ever been available before** – all in one unique publication.

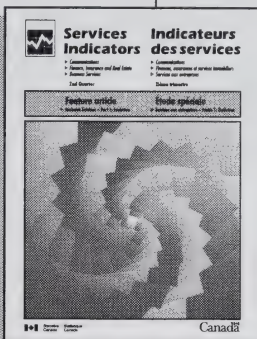
If your business is serving business in Canada, or if you are involved in financing, supplying, assessing or actually using these services, *Services Indicators* is a turning point – an opportunity to forge into the future armed with the most current insights and knowledge.

Order YOUR subscription to *Services Indicators* today!

*Services Indicators* (catalogue no. 63-016-XPB) is \$116 (plus GST/HST and applicable PST) in Canada, US\$116 in the United States and US\$116 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-800-889-9734 or (613) 951-1584 or call 1-800-267-6677 toll-free in Canada and the United States ((613) 951-7277 elsewhere) and charge to your VISA or MasterCard. Via Internet: [order@statcan.ca](http://order@statcan.ca). Visit our Web Site [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca).



# Au sujet des entreprises au service des affaires du Canada et à leur intention...

Enfin regroupées en une publication, des données courantes et des analyses éclairées sur ce secteur ESSENTIEL!

**L**e secteur des services domine à l'heure actuelle les économies industrielles du monde. Les télécommunications, les opérations bancaires, la publicité, l'informatique, l'immobilier, le génie et l'assurance représentent une gamme éclectique de services sur lesquels reposent tous les autres secteurs économiques.

En dépit de leur rôle critique sur le plan économique, il est toutefois difficile de savoir ce qui se passe dans ces branches d'activité. Des efforts considérables et fastidieux ont permis, au mieux, de rassembler une collection de renseignements fragmentaires divers... qui ne favorisent pas la compréhension avisée et la prise de mesures efficaces.

Remplacez maintenant ce tableau fragmentaire par l'image cohérente que vous offre *Indicateurs des services*. Cette publication trimestrielle innovatrice de Statistique Canada **pénètre dans un domaine inexploré**, fournissant des aperçus **opportuns** du rendement et des progrès dans les domaines suivants :

- Communications
- Finance, assurance et immobilier
- Services aux entreprises

*Indicateurs des services* rassemble des tableaux analytiques, des diagrammes, des graphiques et des observations en un mode de présentation stimulant et attrayant. En puisant à même une vaste gamme d'indicateurs financiers importants, allant notamment des profits, des capitaux propres, des recettes, de l'actif et du passif aux tendances et analyses de l'emploi, des salaires et de la production – à laquelle s'ajoute un article de fond exploratif dans chaque numéro, *Indicateurs des services* brosse pour la première fois un tableau complet!

Enfin, quiconque s'intéresse au secteur des services peut consulter *Indicateurs des services* pour trouver des renseignements **courants** sur ces branches d'activité... tant sous une **forme sommaire qu'à un niveau de détail n'ayant jamais encore été offert** – et ce, dans une même publication.

Si vous êtes de ceux qui fournissent des services aux entreprises canadiennes, ou si vous financez, fournissez ou évaluez ces services ou y avez en fait recours, *Indicateurs des services* représente un tournant – une chance de s'aventurer dans l'avenir en étant armé des réflexions et connaissances les plus actuelles.

Commandez dès aujourd'hui VOTRE abonnement à *Indicateurs des services*!

*Indicateurs des services* (n° 63-016-XPB au catalogue) coûte 116 \$ (plus TPS/TVH et la TVP en vigueur) au Canada, 116 \$ US aux États-Unis et 116 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste qui figure dans la présente publication).

Si vous préférez, vous pouvez télécopier votre commande en composant le 1-800-889-9734 ou le (613) 951-1584 ou téléphoner sans frais du Canada et des États-Unis au 1-800-267-6677 [ou d'ailleurs au (613) 951-7277] et porter les frais à votre compte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: [order@statcan.ca](http://order@statcan.ca). Visitez notre site Internet [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca).



## ... a reputable reference tool analysing the latest health information

**R**apid change means that you must make an extra effort to keep up to date with the many factors influencing our health and the Canadian health care system. Why not follow the lead of professionals like you? With a subscription to **Health Reports**, you can rely on precise health information and use it to assess change, prepare for specific demands and plan for the future.

### Current topics make each issue unique

Published four times a year, this 80-page, bilingual publication lets you monitor Canadians' health and vital statistics. It presents high-quality relevant and comprehensive research articles on the health status of the population, and on the health care system.

As a user of Statistics Canada products, you will appreciate the timeliness and accuracy of the data in **Health Reports**. Ample illustrated with tables and easy-to-read graphs, the topical research articles contain original analysis on a host of health problems, such as work stress, childhood asthma, smoking, the risk behaviour of young adults, home care, and many other subjects. **Health Reports** will be a valuable addition to your reference collection.

Equip yourself with the latest analysis of health in Canada. Use **Health Reports** (Cat. No. 82-003-XPB) to make informed decisions. A one-year subscription costs \$116 in Canada (plus taxes) and US\$116 outside Canada. And for those who prefer to receive their information electronically, you can now subscribe to the downloadable version of **Health Reports** (cat. no. 82-003-XIE) on our Web site for only \$87 (plus applicable taxes).

URL: [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi)

### SUBSCRIBE TODAY!

CALL toll-free 1 800 267-6677

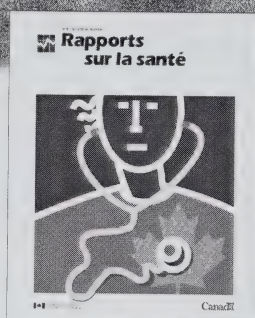
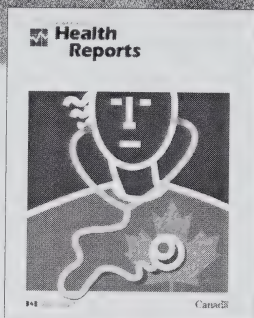
FAX toll-free 1 877 287-4369

MAIL to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada.

E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

CONTACT your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

VISIT the Statistics Canada Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)



## ... un outil de référence reconnu qui analyse les dernières données sur la santé

**L**es grands changements vous poussent à vous tenir davantage au fait des nombreux facteurs qui touchent la santé des Canadiens et le régime de soins de santé. Suivez l'exemple des professionnels comme vous! Comptez sur les **Rapports sur la santé** pour vous fournir

des renseignements précis sur la santé qui vous permettront d'apprivoiser le changement, de vous préparer à répondre aux besoins des Canadiens et de planifier l'avenir.

### Chaque numéro vous surprendra par l'actualité des sujets traités

Publié quatre fois par année, ce périodique bilingue de 80 pages vous tient au courant des dossiers d'actualité en matière de santé et de statistiques de l'état civil. Il vous présente des articles de recherche fouillés et pertinents sur la santé de la population et le régime de soins de santé.

Comme utilisateur des produits de Statistique Canada, vous serez à même d'apprécier l'actualité et la précision des données des **Rapports sur la santé**. Truffés de tableaux et de graphiques faciles à lire, les articles comprennent des analyses originales sur le stress au travail, l'asthme chez les enfants, l'usage du tabac, les comportements à risque des jeunes adultes, les soins à domicile et de nombreux autres sujets. **Rapports sur la santé** : un atout précieux pour votre bibliothèque de référence!

Procurez-vous les toutes dernières analyses sur la santé au Canada. Utilisez les **Rapports sur la santé** (numéro 82-003-XPB au catalogue) pour vous aider à prendre des décisions éclairées.

Un abonnement d'un an coûte 116 \$ au Canada (taxes en sus) et 116 \$ US à l'extérieur du Canada. En outre, si vous préférez recevoir des renseignements sur support électronique, vous pouvez maintenant vous abonner à la version téléchargeable des **Rapports sur la santé** (n° 82-003-XIF au catalogue) à notre site Web au prix de 87 \$ seulement (taxes en sus).

URL: [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi)

### ABONNEZ-VOUS AUJOURD'HUI!

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677

TÉLÉCOPIEZ sans frais au 1 877 287-4369

ÉCRIVEZ à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 Canada

COURRIEL : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

COMMUNIQUEZ avec le centre de consultation régional de Statistique Canada dont la liste figure dans la présente publication.

VISITEZ le site Web de Statistique Canada à : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

December 1999

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Décembre 1999



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:  
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

## Ordering/Subscription information

### All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at [order.statcan.ca](http://order.statcan.ca). For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

## Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :  
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

### Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à [order.statcan.ca](http://order.statcan.ca). Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi).

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

December 1999

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Décembre 1999

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

February 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 12  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 12  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Février 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 12  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 12  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



## TABLE OF CONTENTS

Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Retailers ended a strong year with a bang, as retail sales advanced 2.0% in December. This strengthened the overall sales results of 1999, which were 5.8% higher than in 1998.

In December, retailers sold \$22.5 billion worth of goods and services for a total of \$260.4 billion in 1999. December's widespread increases followed a 0.7% gain in November's sales that came mostly from the automotive sector.

Retailers have experienced rising sales since the fall of 1998 after weaker gains that spring and summer. Prior to this slowdown, retail sales had generally been increasing since early 1996.

### Most retailers reported higher sales in December

In December, consumers increased spending in five of the seven retail sectors and in all provinces, except Newfoundland (-0.2%). British Columbia (+3.8%) led the sales increases, and was followed by each of the three Prairie provinces, which posted sales advances of 2.7% or more.

For a second consecutive month, retailers in the automotive sector led the way, with a 3.7% gain in December following an equally impressive 3.3% sales advance in November. Concern over Y2K problems as well as millennium festivities may have helped food stores post December's second largest monthly increase (+2.1%). In November, food stores reported a 0.7% sales increase.

Sales in general merchandise stores bounced back in December (+1.5%) from the 4.8% decline in November, which was mostly attributable to the closure of Eaton's. Consumers came back to furniture stores in December and increased their purchases by 1.0% after staying away in November (-1.9%). Clothing stores had a marginal increase in sales (+0.3%), following a 1.9% reduction in November.

Drug stores (-1.1%) and stores classified as "other retail" (-0.5%) posted the only sales declines in December. The "other retail" category includes retailers such as liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and book stores.

## Faits saillants

Les détaillants terminent en force une année prospère. Les ventes au détail ont en effet progressé de 2,0 % en décembre, consolidant ainsi les résultats cumulatifs de 1999, qui ont été de 5,8 % supérieurs à ceux de 1998.

En décembre, les détaillants ont vendu des biens et des services d'une valeur cumulative de 22,5 milliards de dollars, ce qui a porté le total pour l'année 1999 à 260,4 milliards de dollars. La progression généralisée des ventes observée en décembre fait suite à une hausse de 0,7 % en novembre, qui provenait principalement du secteur de l'automobile.

Les détaillants voient leurs ventes progresser depuis l'automne 1998, à la suite de faibles gains enregistrés au cours du printemps et de l'été de la même année. Avant ce ralentissement, les ventes au détail avaient généralement progressé depuis le début de 1996.

### La plupart des détaillants ont déclaré des ventes en hausse en décembre

En décembre, les consommateurs ont dépensé davantage dans cinq des sept secteurs de la vente au détail, et ce dans toutes les provinces, à l'exception de Terre-Neuve (-0,2 %). La Colombie-Britannique a affiché la hausse des ventes la plus importante (+3,8 %) et elle est suivie des trois provinces des Prairies, qui ont enregistré une progression de 2,7 % ou davantage.

Pour un deuxième mois d'affilée, les détaillants du secteur de l'automobile ont affiché la hausse la plus importante (+3,7 %) en décembre, après avoir déjà enregistré une progression des ventes tout aussi remarquable de 3,3 % en novembre. L'inquiétude au sujet du problème informatique de l'an 2000 et les festivités entourant le nouveau millénaire pourraient avoir aidé les magasins d'alimentation (+2,1 %) à réaliser le deuxième plus important gain mensuel de décembre. Ces détaillants avaient fait état d'une progression des ventes de 0,7 % en novembre.

Les ventes des magasins de marchandises diverses ont rebondi en décembre (+1,5 %), après la baisse de 4,8 % observée en novembre, qui était attribuable principalement à la fermeture des magasins Eaton. Les consommateurs sont retournés dans les magasins de meubles en décembre, où ils ont accru leurs achats de 1,0 %, après s'être abstenus en novembre (-1,9 %). Les magasins de vêtements ont indiqué une légère hausse de leurs ventes en décembre (+0,3 %), après un recul de 1,9 % en novembre.

Les seules baisses des ventes observées en décembre touchent les pharmacies (-1,1 %) et les magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» (-0,5 %). Cette catégorie comprend notamment les magasins de boissons alcoolisées, d'articles de sport, ainsi que les quincailleries et les librairies.



**Note to readers**

At the end of every calendar year, seasonally adjusted figures are revised to equal the sum of the unadjusted estimates. Revisions for the 1999 calendar year will be released this April. In order to present provincial analysis by sector, all annual comparisons in this release use the sum of unadjusted estimates. As usual, the rest of the analysis is based on seasonally adjusted estimates. The commodity distribution by sectors mentioned in this release came from the Quarterly Retail Commodity Survey using data for the first three quarters of 1999.

**Note aux lecteurs**

À la fin de chaque année civile, les données désaisonnalisées font l'objet d'une révision, afin de les faire correspondre au total des estimations non désaisonnalisées. Les révisions relatives à l'année civile 1999 seront publiées en avril. Afin de présenter une analyse par province et par secteur, toutes les comparaisons annuelles du présent communiqué sont fondées sur la somme des estimations non désaisonnalisées. Le reste de l'analyse est fondée, comme à l'habitude, sur des données désaisonnalisées. La répartition des produits par secteur qui est mentionnée ici est tirée de l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail et est fondée sur les données relatives aux trois premiers trimestres de 1999.

**1999: Retailers enjoyed an excellent year**

Retailers reported their third best year of the decade in 1999 (+5.8%) after the strong performances of 1997 (+7.6%) and 1994 (+7.0%). Retail sales rose in all sectors, with furniture stores, stores in the automotive sector, general merchandise stores and stores classified as "other retail" reporting above average increases. The total retail sales advance in 1999 followed an increase of 3.6% in 1998.

In 1999, higher prices made up about a third of the annual sales gain, whereas prices remained essentially unchanged in 1998. Excluding the effect of prices, retail sales advanced 4.0% in 1999, whereas the annual percentage change remained at 3.6% in 1998.

Consumer credit continued to be a major stimulant for retail sales in 1999. For the first 11 months of the year (the most recent period for which data are available), consumer credit (+7.2%) advanced at nearly twice the rate of total personal income (+3.8%).

**Big-ticket items were in high demand during 1999**

In 1999, for a second consecutive year, furniture stores (+9.1%) posted the largest increase in sales. This sector is an important user of credit incentives. The strength observed in the last few years in furniture stores has arisen, in part, from consumer confidence and a willingness to accept further debt. Sales in furniture stores have been continuously on the rise since the spring of 1996.

After a disappointing year in 1998 (+1.5%), retailers in the automotive sector enjoyed a 7.5% sales gain in 1999. This advance was led by strong consumer demand for motor vehicles and price-induced increases in sales by gasoline service stations. In 1999, the increase in sales of used vehicles was more than twice the gain for new vehicles. Consumers have been pumping money into the automotive sector since the fall of 1998 after a period of moderate spending that started in the spring of 1997.

**1999: les détaillants ont connu une excellente année**

Les gains réalisés par les détaillants en 1999 (+5,8 %) viennent au troisième rang pour l'ensemble de la décennie, après les solides performances enregistrées en 1997 (+7,6 %) et en 1994 (+7,0 %). Les ventes ont progressé dans tous les secteurs, et les magasins de meubles, les magasins du secteur de l'automobile, les magasins de marchandises diverses et les magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» ont affiché des augmentations supérieures à la moyenne. La progression de l'ensemble des ventes au détail enregistrée en 1999 fait suite à une hausse de 3,6 % en 1998.

Environ le tiers de la hausse des ventes en 1999 est attribuable aux prix plus élevés, alors que les prix sont demeurés essentiellement inchangés en 1998. Si l'on exclut l'effet des prix, les ventes au détail ont augmenté de 4,0 % en 1999, alors que la hausse annuelle est demeurée à 3,6 % en 1998.

Le crédit à la consommation a continué d'être un important facteur favorisant les ventes en 1999. Au cours des 11 premiers mois de l'année (la période la plus récente pour laquelle on dispose de données), le crédit à la consommation (+7,2 %) a enregistré une progression presque deux fois supérieure à celle du revenu personnel total (+3,8 %).

**Les articles coûteux ont été très en demande en 1999**

Pour une deuxième année consécutive, les magasins de meubles (+9,1 %) ont enregistré la plus forte progression des ventes en 1999. Ce secteur fait grand usage d'incitations au crédit. La vigueur qu'affichent depuis quelques années les magasins de meubles est due en partie à la confiance des consommateurs et à la disposition de ces derniers à s'endetter davantage. Les ventes des magasins de meubles n'ont pas cessé de progresser depuis le printemps 1996.

Après avoir connu une année décevante en 1998 (+1,5 %), les détaillants du secteur de l'automobile ont vu leurs ventes augmenter de 7,5 % en 1999. Une forte demande de véhicules automobiles et une hausse des ventes des stations-service attribuable aux prix de l'essence expliquent la croissance du secteur de l'automobile en 1999. L'augmentation des ventes de véhicules automobiles d'occasion observée en 1999 a été plus de deux fois supérieure à celle des véhicules neufs. Les consommateurs font affluer de l'argent dans ce secteur depuis l'automne 1998, après une période de modération des dépenses qui avait commencé au printemps 1997.



### Retailers selling a wide variety of product lines gained ground in 1999

Even with restructuring in the general merchandise sector, these stores posted a 7.1% increase in sales during 1999. General merchandise stores gained market share last year from more specialized retailers on items such as clothing, shoes and health and personal care products. Sales in general merchandise stores have been advancing since early 1996 despite periods of declines in the spring of 1998 and the fall of 1999.

In 1999, sales by liquor, wine and beer stores (+11.4%) pushed up sales in retail stores classified as "other retail" (+6.4%). Retail stores classified in this category have been experiencing strong sales since the start of 1997.

Sales in drug stores were up 3.8% in 1999 compared with 1998. Drug stores continued to lose market share of their main product lines, such as health and personal care products, to food stores and general merchandise stores. Sales in drug stores have been advancing since the start of 1999 after declining in the last half of 1998.

Clothing stores posted a 3.1% increase in sales in 1999. Within this sector, the category of other clothing stores (+6.7%), which includes family clothing, was the only type of clothing store to show a significant sales gain. Women's clothing stores showed a 1.9% increase, while sales decreased in shoe stores (-2.6%) and men's clothing stores (-2.3%). Despite some periods of weak advances, sales in clothing stores have been increasing since early 1996.

Sales in food stores (+2.4%) were also on the rise in 1999 compared with 1998. However, food stores were able to show an increase partly because of higher sales in non-food items, which represent about 20% of all sales by food stores. Sales in food stores have generally been increasing since the spring of 1996.

### Higher retail sales across Canada in 1999

All provinces and territories posted higher retail sales in 1999. However, sales increases were much larger in Central and Eastern Canada.

Overall in 1999, consumers in Atlantic Canada increased spending by 7.0%. Prince Edward Island (+10.5%), New Brunswick (+8.5%) and Newfoundland (+6.9%) all reported increases above the national average, while the sales increase for Nova Scotia (+5.4%) was slightly below it.

### Les détaillants transigeant un grand éventail de gammes de produits ont gagné du terrain en 1999

Malgré la restructuration dont a fait l'objet leur secteur, les magasins de marchandises diverses ont affiché une progression de 7,1 % de leurs ventes en 1999. Ces établissements ont accru leur part de marché en 1999, au détriment des détaillants spécialisés, dans le cas d'articles comme les vêtements, les chaussures et les produits de santé et de beauté. Les ventes des magasins de marchandises diverses progressent depuis le début de 1996, malgré les reculs observés au printemps 1998 et à l'automne 1999.

En 1999, les ventes des magasins de boissons alcoolisées, de vin et de bière (+11,4 %) ont fait progresser les ventes des magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» (+6,4 %). Les établissements classés dans cette catégorie connaissent des ventes vigoureuses depuis le début de 1997.

En 1999, les ventes des pharmacies ont progressé de 3,8 % par rapport à 1998. Ces établissements ont continué de perdre une partie du marché de leurs principales gammes de produits, comme les produits de santé et de beauté, qui a été conquise par les magasins d'alimentation et les magasins de marchandises diverses. Dans l'ensemble, les ventes des pharmacies progressent depuis le début de 1999, après une période de reculs observés dans la deuxième moitié de 1998.

Les ventes des magasins de vêtements se sont accrues de 3,1 % en 1999. Au sein de ce secteur, les établissements appartenant à la catégorie «autres magasins de vêtements», qui vendent notamment des vêtements pour la famille, ont été les seuls à avoir enregistré une progression importante (+6,7 %) de leurs ventes. Les magasins de vêtements pour femmes ont affiché une hausse des ventes de 1,9 %, alors que les magasins de chaussures (-2,6 %) et les magasins de vêtements pour hommes (-2,3 %) ont connu une baisse. Dans l'ensemble, malgré des périodes de faible croissance, les magasins de vêtements voient leurs ventes progresser depuis le début de 1996.

Les ventes des magasins d'alimentation ont également augmenté (+2,4 %) en 1999 par rapport à 1998. Cependant, si ces établissements ont été en mesure de faire ressortir une progression, c'est en partie parce qu'ils ont vendu davantage de produits non alimentaires. Les ventes de ces produits représentent environ 20 % de toutes les ventes des magasins d'alimentation. Dans l'ensemble, les ventes des magasins d'alimentation sont généralement en hausse depuis le printemps 1996.

### Les ventes au détail ont progressé dans l'ensemble du pays en 1999

Toutes les provinces et tous les territoires ont constaté une progression des ventes au détail en 1999. Cependant, les hausses ont été beaucoup plus importantes dans le centre et dans l'est du pays.

Dans l'ensemble, les consommateurs des provinces de l'Atlantique ont augmenté leurs dépenses de 7,0 % en 1999. L'Île-du-Prince-Édouard (+10,5 %), le Nouveau-Brunswick (+8,5 %) et Terre-Neuve (+6,9 %) ont affiché des gains supérieurs à la moyenne nationale. La hausse des ventes enregistrée en Nouvelle-Écosse (+5,4 %) a été légèrement inférieure à cette moyenne.



In Prince Edward Island, which had the strongest provincial performance in 1999, sales advanced in all retail sectors except drug stores. The arrival of several new retailers in the province may have helped to keep consumers on the island in 1999. Retail sales in the province have generally been increasing since the start of 1999 after a period of diminishing sales in the last half of 1998.

Retailers in Ontario enjoyed a record year in 1999, posting their best sales increase (+7.8%) of the decade. Sales advances in furniture stores and in the automotive sector reached levels greater than 10.0%. The remaining sectors also posted strong increases. Retail sales in Ontario have been surging forward since the summer of 1996.

In Quebec, retail sales advanced 6.0% in 1999 led by the automotive (+9.6%) and furniture (+9.0%) sectors. Clothing stores reported a 0.5% increase in sales, whereas drug stores posted a drop (-1.8%). Retailers in Quebec have experienced rising sales since the summer of 1998, despite a sales slowdown during the first half of 1999.

Weak sales in the automotive sector held the overall gain in retail sales to 3.7% in the Prairie provinces. Consumers in Alberta (+4.5%) spent more in stores than their neighbours in Manitoba (+3.0%) and Saskatchewan (+1.5%). A reinvigorated oil industry may have fuelled the recent retail sales gains in Alberta, while low grain prices limited consumer spending in Manitoba and Saskatchewan. Sales gains in all three Prairie provinces were more robust in the second half of 1999.

In 1999, retailers in British Columbia posted a 1.8% gain in sales. This followed a 2.0% decline in 1998. Consumers in British Columbia stayed away from auto dealers' showrooms in 1999, as retail sales in the automotive sector remained virtually unchanged. The retail industry in British Columbia has been gaining strength since the fall of 1998 after a year of general declines. In fact, sales in December 1999 were 7.9% higher than the low observed in October 1998.

### Related indicators for January

In January, total employment (+0.3%) continued its strong upward movement that started three years ago. On the down side, sources in the auto industry indicated a sharp decline in the number of new vehicles sold in January. Housing starts were down 7.8% in January, marking the largest monthly decline in more than a year.

À l'Île-du-Prince-Édouard, où l'on enregistre les meilleurs résultats de toutes les provinces en 1999, tous les secteurs de la vente au détail ont affiché une progression des ventes, à l'exception des pharmacies. L'arrivée de plusieurs nouveaux détaillants dans la province pourrait avoir aidé à garder les consommateurs dans les établissements de l'île en 1999. Dans l'ensemble, les ventes au détail sont généralement en progression depuis le début de 1999, après une période de baisse des ventes observée dans la deuxième moitié de 1998.

Les détaillants de l'Ontario ont connu une année record en 1999, affichant leur meilleure progression des ventes (+7,8 %) de la décennie. Les augmentations réalisées par les magasins de meubles et dans le secteur de l'automobile ont atteint des taux supérieurs à 10,0 %. Les autres secteurs ont également connu une augmentation importante de leurs ventes. Dans l'ensemble, les ventes au détail progressent à grands pas en Ontario depuis l'été 1996.

Au Québec, les ventes au détail ont augmenté de 6,0 % en 1999, principalement grâce aux secteurs de l'automobile (+9,6 %) et du meuble (+9,0 %). Les magasins de vêtements ont affiché une hausse de 0,5 % de leurs ventes, tandis que les pharmacies ont fait état d'une baisse (-1,8 %). Les détaillants du Québec voient leurs ventes augmenter depuis l'été 1998, malgré le ralentissement observé au cours de la première moitié de 1999.

Des ventes au ralenti dans le secteur de l'automobile ont freiné à 3,7 % la progression des ventes au détail dans l'ensemble des provinces des Prairies. Les consommateurs de l'Alberta ont dépensé davantage (+4,5 %) dans les magasins que leurs voisins du Manitoba (+3,0 %) et de la Saskatchewan (+1,5 %). La vigueur retrouvée de l'industrie pétrolière pourrait avoir contribué aux récentes hausses des ventes au détail en Alberta, tandis que les prix des céréales peu élevés ont limité les dépenses des consommateurs au Manitoba et en Saskatchewan. Les augmentations observées dans les trois provinces des Prairies ont été plus fortes au cours de la deuxième moitié de 1999.

En 1999, les détaillants de la Colombie-Britannique ont affiché une hausse de 1,8 % de leurs ventes. Cette dernière fait suite à un recul de 2,0 % en 1998. Les consommateurs de la Colombie-Britannique ont boudé les concessionnaires d'automobiles, les ventes de ce secteur n'ayant pratiquement pas varié en 1999. Dans l'ensemble, le secteur de la vente au détail de la Colombie-Britannique se renforce depuis l'automne 1998, après une année de baisses générales des ventes. En fait, en décembre 1999, les ventes ont atteint un niveau qui était de 7,9 % supérieur à celui enregistré au creux de la vague, en octobre 1998.

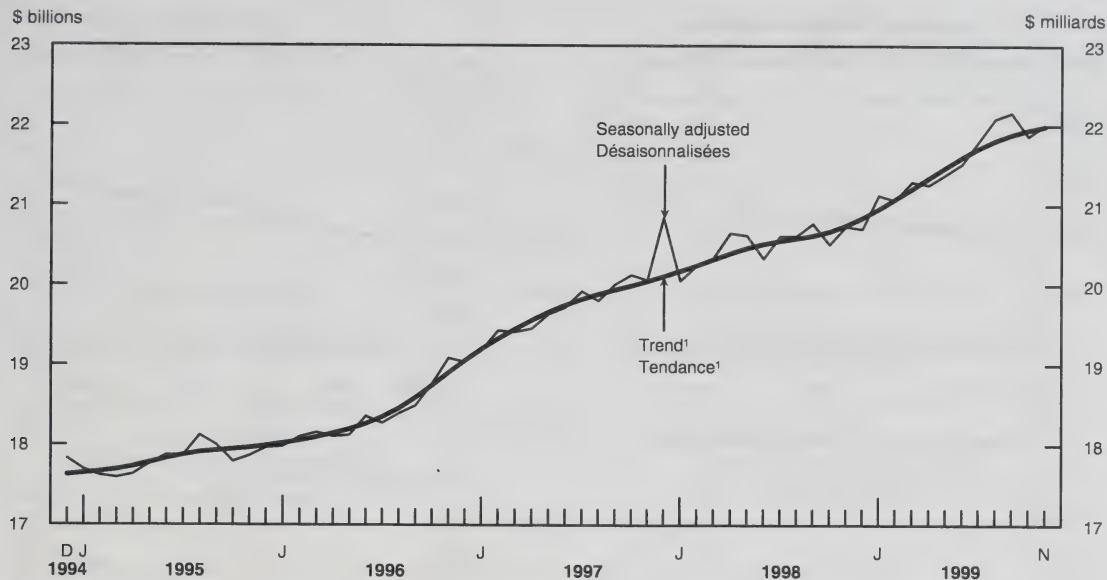
### Indicateurs connexes pour janvier

En janvier, le nombre total d'emplois a continué de progresser (+0,3 %), poursuivant ainsi la forte tendance à la hausse qui avait commencé il y a trois ans. En revanche, des sources du secteur de l'automobile prévoient une baisse substantielle des ventes de véhicules neufs en janvier. Le nombre de mises en chantier a baissé de 7,8 % en janvier, ce qui représente le plus important recul mensuel observé depuis plus d'un an.



## Retail Sales – Canada

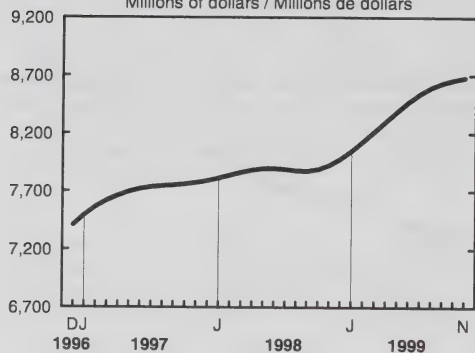
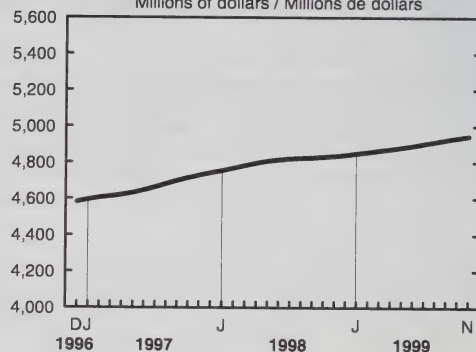
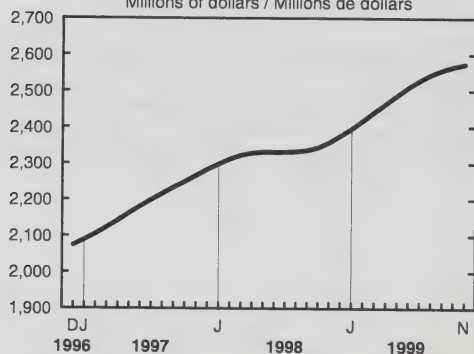
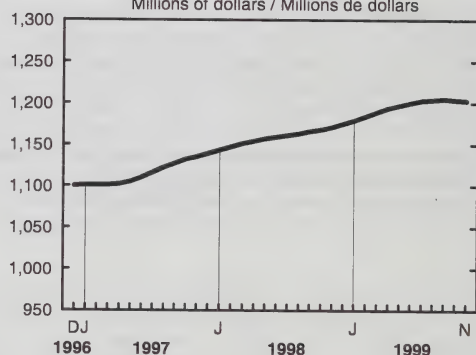
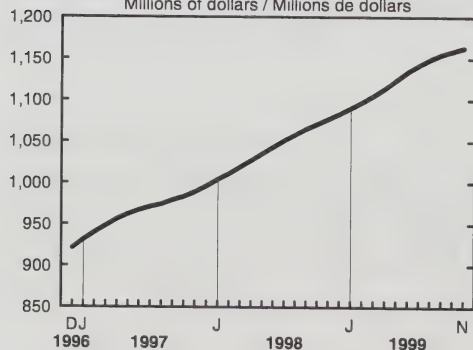
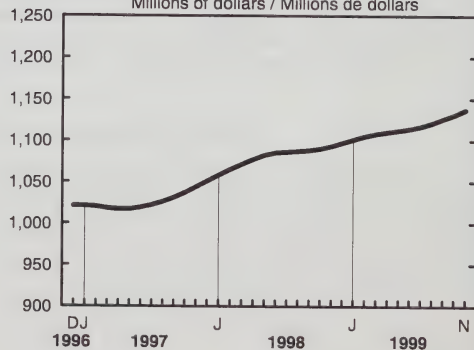
## Canada Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Médicaments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.







**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,707.4	4,604.0	4,576.4	4,561.6	54,674.1	2.2	0.6
All other food stores	373.8	372.3	367.2	368.2	4,377.2	0.4	1.4
Drugs and patent medicine stores	1,128.0	1,140.4	1,125.4	1,125.9	13,420.2	-1.1	1.3
Shoe stores	135.7	128.1	140.4	129.3	1,627.9	5.9	-8.8
Men's clothing stores	128.4	130.0	133.2	127.3	1,542.4	-1.2	-2.4
Women's clothing stores	376.6	381.3	378.4	361.1	4,483.4	-1.2	0.8
Other clothing stores	558.7	556.7	567.0	552.9	6,682.7	0.4	-1.8
Household furniture and appliance stores	968.3	946.4	978.4	929.3	11,098.6	2.3	-3.3
Household furnishings stores	222.7	232.4	222.8	212.6	2,556.8	-4.2	4.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,134.3	5,888.5	5,660.8	6,079.1	69,254.9	4.2	4.0
Gasoline service stations	1,606.9	1,556.7	1,546.9	1,526.5	17,283.3	3.2	0.6
Automotive parts, accessories and services	1,316.3	1,291.0	1,252.7	1,259.5	14,980.7	2.0	3.1
General merchandise stores	2,473.3	2,437.9	2,561.3	2,578.1	29,952.0	1.5	-4.8
Other semi-durable goods stores	680.0	715.2	716.0	709.2	8,504.7	-4.9	-0.1
Other durable goods stores	585.5	580.5	590.2	582.3	7,053.8	0.9	-1.6
Other retail stores	1,132.4	1,114.4	1,098.1	1,085.4	12,737.5	1.6	1.5
<b>Total, all stores</b>	<b>22,528.2</b>	<b>22,075.7</b>	<b>21,915.2</b>	<b>22,188.2</b>	<b>260,230.3</b>	<b>2.0</b>	<b>0.7</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	352.9	353.7	346.9	352.8	4,145.5	-0.2	2.0
Prince Edward Island	101.1	100.0	98.6	100.3	1,149.4	1.1	1.4
Nova Scotia	696.7	685.0	682.1	681.2	8,054.4	1.7	0.4
New Brunswick	561.5	549.8	545.8	550.7	6,454.4	2.1	0.7
Quebec	5,180.5	5,087.4	5,034.0	5,097.7	60,380.1	1.8	1.1
Ontario	8,588.2	8,478.3	8,440.7	8,483.2	99,525.7	1.3	0.4
Manitoba	782.2	755.7	736.6	773.7	9,025.4	3.5	2.6
Saskatchewan	673.6	655.8	632.2	656.9	7,713.1	2.7	3.7
Alberta	2,579.7	2,508.7	2,497.5	2,566.1	29,265.0	2.8	0.4
British Columbia	2,932.9	2,825.0	2,825.6	2,849.1	33,629.4	3.8	0.0
Yukon	28.6	27.5	26.6	28.2	328.4	4.0	3.4
Nunavut	14.1	14.5	14.5	14.9	173.9	-2.8	-
Northwest Territories	36.1	34.2	34.2	33.4	384.5	5.6	-



Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent - Pourcentage						
0.3	0.1	5.6	2.6	2.7	2.2	2.5
-0.3	1.1	4.2	4.2	0.3	3.1	1.4
0.0	0.5	5.4	5.6	3.8	4.4	3.7
8.6	-1.4	-2.5	-4.2	3.9	-4.2	-2.5
4.6	-4.0	-0.5	-2.5	1.4	-4.1	-2.5
4.8	-4.2	4.1	2.3	4.5	-0.7	1.8
2.6	-1.3	7.9	2.7	4.9	3.4	6.8
5.3	-1.0	9.8	9.2	14.2	9.4	9.8
4.8	-1.0	7.3	6.1	8.1	4.5	5.3
-6.9	1.5	12.3	8.4	7.9	9.3	7.4
1.3	1.0	25.9	22.2	20.0	18.2	10.0
-0.5	0.6	7.3	6.0	2.5	4.8	4.5
-0.7	0.6	4.4	4.1	9.0	10.0	7.1
1.0	-3.4	-1.2	0.5	1.3	2.2	3.5
1.4	0.0	3.2	1.6	2.6	2.0	4.5
1.2	2.7	15.0	11.9	11.5	10.2	9.1
-1.2	0.5	8.8	6.5	6.8	6.8	5.7
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
Supermarchés d'alimentation et épiceries						
Tous les autres magasins d'alimentation						
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés						
Magasins de chaussures						
Magasins de vêtements pour hommes						
Magasins de vêtements pour femmes						
Autres magasins de vêtements						
Magasins de meubles et d'appareils ménagers						
Magasins d'accessoires d'ameublement						
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs						
Stations-service						
Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services						
Magasins de marchandises diverses						
Autres magasins de produits semi-durables						
Autres magasins de produits durables						
Autres magasins de vente au détail						
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
-1.7	2.4	9.2	6.0	5.3	6.5	6.7
-1.7	3.1	17.8	16.0	15.2	14.5	10.1
0.1	0.6	7.0	6.0	6.4	6.6	5.3
-0.9	-1.0	13.7	10.8	12.3	10.6	8.3
-1.2	0.8	7.4	5.2	5.4	6.6	6.1
-0.5	-1.1	10.5	8.2	9.1	8.4	7.7
-4.8	0.7	6.1	2.8	1.4	2.9	2.9
-3.8	-0.3	7.0	4.7	1.1	0.8	1.2
-2.7	3.6	9.3	6.9	7.8	6.6	4.3
-0.8	2.2	6.6	3.7	3.9	4.5	1.8
-5.7	4.1	9.2	5.0	3.5	7.2	5.5
-2.7	3.5					
2.4	0.9					
Terre-Neuve						
Île-du-Prince-Édouard						
Nouvelle-Écosse						
Nouveau-Brunswick						
Québec						
Ontario						
Manitoba						
Saskatchewan						
Alberta						
Colombie-Britannique						
Yukon						
Nunavut						
Territoires du Nord Ouest						



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	5,123.6	4,324.5	4,651.7	4,542.2	54,666.0
All other food stores	468.9	350.6	365.5	358.9	4,381.7
Drugs and patent medicine stores	1,424.8	1,120.6	1,122.0	1,100.1	13,430.9
Shoe stores	176.9	140.3	159.1	139.0	1,627.1
Men's clothing stores	261.9	156.6	138.6	120.0	1,544.9
Women's clothing stores	607.6	408.8	399.6	373.6	4,491.1
Other clothing stores	972.9	617.5	614.8	586.0	6,681.1
Household furniture and appliance stores	1,455.8	1,046.1	1,010.2	959.7	11,107.1
Household furnishings stores	284.4	261.0	232.0	216.4	2,565.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,391.6	5,512.6	5,440.7	6,160.8	69,312.6
Gasoline service stations	1,617.3	1,523.3	1,593.2	1,566.3	17,337.5
Automotive parts, accessories and services	1,463.8	1,431.7	1,255.0	1,243.1	14,977.8
General merchandise stores	4,145.1	2,960.5	2,683.0	2,499.6	29,949.6
Other semi-durable goods stores	1,061.8	767.7	691.5	722.6	8,502.6
Other durable goods stores	1,127.7	554.4	533.8	566.2	7,045.5
Other retail stores	1,623.1	1,039.2	1,091.4	1,075.6	12,805.2
<b>Total, all stores</b>	<b>27,207.2</b>	<b>22,215.5</b>	<b>21,982.0</b>	<b>22,230.1</b>	<b>260,426.0</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	428.5	371.1	346.6	349.5	4,150.0
Prince Edward Island	120.0	97.0	95.8	101.1	1,153.4
Nova Scotia	855.6	700.2	678.5	673.1	8,061.2
New Brunswick	672.8	557.4	551.4	551.2	6,466.2
Quebec	5,869.6	5,026.7	5,063.3	5,133.7	60,352.7
Ontario	10,674.8	8,661.2	8,417.2	8,533.9	99,611.9
Manitoba	968.3	760.8	754.3	773.7	9,030.7
Saskatchewan	820.1	667.2	661.8	651.7	7,732.3
Alberta	3,176.5	2,541.9	2,525.1	2,538.3	29,325.3
British Columbia	3,531.1	2,761.6	2,814.3	2,846.8	33,653.3
Yukon	31.4	24.9	25.2	29.0	328.7
Nunavut	17.0	14.0	14.8	14.4	173.4
Northwest Territories	41.3	31.5	33.6	33.7	386.2



Tableau 2

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent - Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
8.1	3.4	-0.3	3.6	2.5
5.8	3.2	-0.4	3.8	1.5
6.2	6.1	2.2	4.6	3.8
0.1	-6.8	3.0	-6.2	-2.6
-0.1	-1.2	-0.9	-1.9	-2.3
4.1	3.6	4.7	-3.6	1.9
9.0	1.7	4.5	3.7	6.7
11.4	10.8	11.7	8.7	9.9
7.7	10.1	6.2	2.7	5.6
13.9	11.9	4.9	10.4	7.5
28.2	21.5	18.9	20.3	10.4
8.5	8.7	-1.1	5.1	4.5
4.9	3.4	7.0	11.6	7.1
-1.1	2.4	0.8	3.3	3.5
5.4	-0.9	2.3	3.2	4.4
18.8	11.2	8.3	11.2	9.7
<b>9.6</b>	<b>7.5</b>	<b>4.5</b>	<b>7.8</b>	<b>5.8</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>				
<b>Régions</b>				
8.6	8.1	2.0	8.8	6.9
16.6	15.5	10.6	16.7	10.5
8.5	6.9	3.4	8.3	5.4
13.9	11.6	8.5	10.8	8.5
8.1	6.7	2.6	7.9	6.0
11.1	9.0	7.1	9.2	7.8
7.8	3.4	-1.2	5.1	3.0
8.0	5.3	-1.3	1.5	1.5
10.6	8.1	5.4	8.0	4.5
7.2	4.2	2.3	4.8	1.8
11.3	6.4	-1.2	9.0	5.5
Terre-Neuve				
Île-du-Prince-Édouard				
Nouvelle-Écosse				
Nouveau-Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
Colombie-Britannique				
Yukon				
Nunavut				
Territoires du Nord Ouest				



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,099.9	14,037.5	13,779.4	12,749.3	13,584.3
All other food stores	1,185.1	1,103.8	1,109.8	983.1	1,149.8
Drugs and patent medicine stores	3,667.4	3,298.7	3,280.8	3,184.1	3,495.8
Shoe stores	476.3	403.8	448.3	298.7	481.6
Men's clothing stores	557.1	345.4	367.4	275.1	560.5
Women's clothing stores	1,416.0	1,103.5	1,136.9	834.8	1,360.3
Other clothing stores	2,205.2	1,715.3	1,549.8	1,210.9	2,088.0
Household furniture and appliance stores	3,512.1	2,849.2	2,521.3	2,224.5	3,154.8
Household furnishings stores	777.4	660.5	614.0	513.0	719.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16,344.8	18,339.0	19,798.3	14,830.3	14,844.9
Gasoline service stations	4,733.8	4,792.9	4,265.3	3,545.5	3,855.8
Automotive parts, accessories and services	4,150.5	3,795.8	3,994.1	3,037.4	3,935.6
General merchandise stores	9,788.6	7,388.8	7,107.2	5,664.9	9,323.8
Other semi-durable goods stores	2,520.9	2,237.8	2,198.6	1,545.4	2,509.3
Other durable goods stores	2,215.9	1,774.6	1,685.1	1,369.9	2,151.1
Other retail stores	3,753.7	3,454.0	3,157.5	2,440.0	3,308.2
<b>Total, all stores</b>	<b>71,404.7</b>	<b>67,300.5</b>	<b>67,013.8</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	276.0	284.9	284.4	256.0	279.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	68.0	58.6	58.4	55.4	66.2
Shoe stores	4.7	3.8	3.6	2.5	4.6
Men's clothing stores	7.6	3.6	3.7	2.6	7.9
Women's clothing stores	21.7	13.5	13.3	9.1	21.4
Other clothing stores	26.9	16.8	12.8	10.2	24.7
Household furniture and appliance stores	46.7	34.4	29.2	24.2	43.7
Household furnishings stores	2.6	2.4	2.0	1.6	2.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	213.1	280.9	323.6	205.6	178.3
Gasoline service stations	79.8	84.9	71.0	60.8	76.1
Automotive parts, accessories and services	67.6	52.3	55.1	39.6	61.7
General merchandise stores	221.7	152.0	138.7	111.6	210.0
Other semi-durable goods stores	28.5	25.0	23.7	15.4	28.5
Other durable goods stores	20.3	13.2	11.0	7.6	17.5
Other retail stores	47.5	40.5	36.6	30.3	43.3
<b>Total, all stores</b>	<b>1,146.2</b>	<b>1,080.6</b>	<b>1,080.7</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
3.8	2.5	1.7	1.8	2.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.1	1.2	-0.2	1.8	0.8	Tous les autres magasins d'alimentation
4.9	3.0	2.3	4.8	3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.1	-5.3	-3.0	-0.5	-3.0	Magasins de chaussures
-0.6	-0.6	-4.2	-5.2	1.5	Magasins de vêtements pour hommes
4.1	0.8	0.6	1.8	0.0	Magasins de vêtements pour femmes
5.6	5.7	9.6	6.8	7.5	Autres magasins de vêtements
11.3	9.5	9.3	8.8	9.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
8.0	5.3	3.9	4.4	7.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.1	10.4	2.4	8.4	-3.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.8	15.1	6.2	-3.4	-8.0	Stations-service
5.5	3.5	3.6	5.5	10.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	10.4	6.8	7.1	4.2	Magasins de marchandises diverses
0.5	5.9	4.0	4.4	3.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.0	1.9	3.2	11.9	7.3	Autres magasins de produits durables
13.5	10.2	8.2	5.5	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
-1.1	1.7	2.7	1.3	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.7	6.0	1.0	-2.8	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.2	2.7	-2.7	4.2	-4.2	Magasins de chaussures
-3.8	-14.3	-22.9	-7.1	33.9	Magasins de vêtements pour hommes
1.4	1.5	5.6	5.8	1.4	Magasins de vêtements pour femmes
8.9	3.1	4.1	15.9	-	Autres magasins de vêtements
6.9	15.8	24.3	30.1	23.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-7.1	9.1	-	6.7	-12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
19.5	16.2	11.4	17.4	1.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.9	3.0	-6.5	-11.6	-0.9	Stations-service
9.6	2.3	11.8	7.9	16.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.6	11.4	9.0	9.1	4.7	Magasins de marchandises diverses
-	11.6	17.3	18.5	-5.0	Autres magasins de produits semi-durables
16.0	9.1	15.8	16.9	7.4	Autres magasins de produits durables
9.7	4.4	1.4	6.3	6.1	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>7.9</b>	<b>6.7</b>	<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	74.3	80.9	74.0	63.7	64.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	19.6	18.2	17.2	16.6	19.6
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	11.2	9.6	5.7	4.0	9.7
Household furniture and appliance stores	9.9	7.7	7.1	5.9	8.8
Household furnishings store	5.2	5.1	4.0	3.0	4.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	56.7	66.9	70.9	45.4	44.6
Gasoline service stations	30.8	37.8	27.7	20.9	24.3
Automotive parts, accessories and services	20.2	18.9	19.9	12.6	19.1
General merchandise stores	37.8	29.0	22.8	16.3	31.6
Other semi-durable goods stores	11.9	17.9	12.6	7.9	12.5
Other durable goods stores	7.3	6.7	6.0	3.0	6.1
Other retail stores	13.6	17.6	13.5	8.9	13.5
<b>Total, all stores</b>	<b>312.8</b>	<b>330.9</b>	<b>293.7</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	518.0	519.3	496.3	455.1	487.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	148.5	131.7	125.8	124.6	139.9
Shoe stores	8.0	6.7	6.8	4.7	7.8
Men's clothing stores	8.4	4.6	4.6	3.3	8.1
Women's clothing stores	41.3	29.2	32.1	23.8	44.7
Other clothing stores	59.5	41.2	32.3	25.7	55.4
Household furniture and appliance stores	84.5	62.1	51.0	45.9	68.5
Household furnishings store	17.3	15.5	14.5	11.8	15.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	426.3	510.6	600.6	431.7	431.1
Gasoline service stations	167.0	173.7	152.6	117.1	132.6
Automotive parts, accessories and services	129.5	113.6	116.9	86.6	124.4
General merchandise stores	330.9	220.1	207.6	164.2	311.5
Other semi-durable goods stores	85.6	68.8	59.5	45.0	79.0
Other durable goods stores	60.8	44.1	38.7	31.4	57.4
Other retail stores	126.0	120.0	107.7	80.3	113.0
<b>Total, all stores</b>	<b>2,234.4</b>	<b>2,085.7</b>	<b>2,071.0</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
14.5	14.3	16.5	11.4	5.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-	-1.1	-2.8	-1.8	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
15.5	9.1	11.8	2.6	6.6	Autres magasins de vêtements
12.5	20.3	14.5	5.4	10.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.0	4.1	-	25.0	43.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
27.1	19.5	1.1	6.8	-4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.7	18.9	2.2	-15.4	-24.5	Stations-service
5.8	3.8	5.9	9.6	26.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
19.6	27.8	6.5	-3.0	-5.4	Magasins de marchandises diverses
-4.8	2.3	5.9	8.2	1.6	Autres magasins de produits semi-durables
19.7	21.8	53.8	15.4	13.0	Autres magasins de produits durables
0.7	8.6	11.6	7.2	18.4	Autres magasins de vente au détail
<b>14.3</b>	<b>13.6</b>	<b>7.8</b>	<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
6.3	5.1	5.8	2.3	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.1	1.3	-0.5	-1.7	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.6	-2.9	-5.6	-	-4.9	Magasins de chaussures
3.7	4.5	-6.1	-10.8	3.8	Magasins de vêtements pour hommes
-7.6	-9.9	10.7	19.0	14.9	Magasins de vêtements pour femmes
7.4	7.6	12.5	11.3	9.9	Autres magasins de vêtements
23.4	20.8	17.0	13.1	11.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.8	50.5	64.8	51.3	34.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.1	3.1	-0.2	3.1	0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.9	18.6	16.4	-1.5	5.6	Stations-service
4.1	3.3	3.3	9.3	10.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.2	11.0	9.2	9.6	6.9	Magasins de marchandises diverses
8.4	-	-9.8	6.9	11.1	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	4.0	1.8	18.5	11.9	Autres magasins de produits durables
11.5	6.5	8.7	5.8	6.2	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>6.1</b>	<b>4.5</b>	<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	429.9	426.1	398.3	353.8	392.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	97.8	87.1	84.7	80.3	91.5
Shoe stores	7.5	6.9	6.7	4.1	7.4
Men's clothing stores	10.4	6.2	5.8	5.1	11.4
Women's clothing stores	30.5	20.7	21.0	14.4	28.6
Other clothing stores	47.7	33.8	27.4	21.5	44.2
Household furniture and appliance stores	64.0	49.6	40.9	37.6	58.1
Household furnishings stores	17.7	14.4	12.2	9.5	14.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	384.9	483.7	542.3	336.5	300.6
Gasoline service stations	126.2	134.1	110.8	96.2	114.0
Automotive parts, accessories and services	113.5	99.5	106.3	73.6	108.4
General merchandise stores	262.3	179.1	167.1	129.3	246.3
Other semi-durable goods stores	56.8	51.7	50.2	37.8	56.1
Other durable goods stores	42.2	29.0	25.3	18.6	38.1
Other retail stores	78.0	79.5	68.1	49.0	71.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,781.7</b>	<b>1,718.7</b>	<b>1,685.5</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,627.9	3,678.6	3,598.1	3,334.3	3,506.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	759.3	693.7	689.6	681.0	730.6
Shoe stores	171.8	134.3	155.2	88.6	170.0
Men's clothing stores	113.0	72.5	86.2	60.3	120.9
Women's clothing stores	373.7	294.3	317.5	219.6	356.6
Other clothing stores	521.2	435.0	433.2	303.0	492.7
Household furniture and appliance stores	891.7	776.1	697.6	543.4	802.1
Household furnishings stores	141.5	119.6	120.1	90.2	135.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,729.4	4,456.9	5,045.2	3,580.8	3,526.2
Gasoline service stations	962.3	937.6	827.6	711.4	757.9
Automotive parts, accessories and services	1,039.8	920.6	1,008.3	722.2	978.2
General merchandise stores	1,819.3	1,427.8	1,439.3	1,116.8	1,741.5
Other semi-durable goods stores	443.2	450.9	460.8	299.5	477.7
Other durable goods stores	429.8	359.9	367.0	292.7	427.4
Other retail stores	596.1	505.8	511.2	371.0	513.6
<b>Total, all stores</b>	<b>15,959.7</b>	<b>15,587.4</b>	<b>16,087.4</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
9.7	9.5	5.9	2.5	6.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.9	5.8	5.0	2.7	4.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.4	15.0	17.5	13.9	8.8	Magasins de chaussures
-8.8	-1.6	-1.7	18.6	20.0	Magasins de vêtements pour hommes
6.6	3.0	7.1	7.5	2.9	Magasins de vêtements pour femmes
7.9	3.4	7.0	10.3	10.2	Autres magasins de vêtements
10.2	17.5	6.5	15.3	11.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
21.2	11.6	4.3	13.1	10.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
28.0	20.1	7.4	8.2	-17.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.7	5.3	-0.9	-12.4	-6.5	Stations-service
4.7	2.3	3.7	7.9	23.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	8.4	5.0	4.9	4.6	Magasins de marchandises diverses
1.2	8.6	6.6	37.5	11.3	Autres magasins de produits semi-durables
10.8	8.2	6.8	10.1	10.4	Autres magasins de produits durables
8.6	8.0	7.8	10.1	22.1	Autres magasins de vente au détail
<b>11.5</b>	<b>10.9</b>	<b>5.9</b>	<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
3.5	5.1	5.1	4.1	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.9	-3.1	-5.6	-2.4	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.1	-5.1	-5.0	-2.1	-3.6	Magasins de chaussures
-6.5	-7.1	-8.1	-0.3	5.4	Magasins de vêtements pour hommes
4.8	-4.3	-4.5	-4.3	-7.5	Magasins de vêtements pour femmes
5.8	0.2	6.8	7.4	9.2	Autres magasins de vêtements
11.2	9.5	9.9	12.7	9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.2	-4.9	-5.6	6.7	9.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.8	12.1	7.9	15.5	1.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.0	19.7	10.9	-0.9	-10.5	Stations-service
6.3	5.8	2.8	-2.1	4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.5	8.0	6.0	6.3	3.5	Magasins de marchandises diverses
-7.2	-5.9	-7.1	-8.4	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
0.6	2.0	6.6	22.3	8.4	Autres magasins de produits durables
16.1	13.4	7.9	12.7	13.7	Autres magasins de vente au détail
<b>5.8</b>	<b>6.9</b>	<b>4.9</b>	<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,391.1	4,331.2	4,376.3	4,053.3	4,279.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,502.5	1,381.7	1,395.9	1,339.0	1,450.5
Shoe stores	173.0	149.7	171.5	121.1	179.1
Men's clothing stores	248.6	153.1	158.9	116.7	240.4
Women's clothing stores	585.8	439.5	458.4	336.0	555.3
Other clothing stores	896.4	656.8	594.1	473.4	827.5
Household furniture and appliance stores	1,283.0	1,047.3	923.6	819.0	1,121.1
Household furnishings stores	346.2	286.4	258.5	219.1	307.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,556.1	7,195.4	7,606.1	5,688.7	5,738.6
Gasoline service stations	1,867.0	1,811.3	1,656.7	1,392.1	1,491.6
Automotive parts, accessories and services	1,610.2	1,459.2	1,555.1	1,191.3	1,507.1
General merchandise stores	3,957.1	2,940.1	2,811.2	2,215.1	3,744.1
Other semi-durable goods stores	1,161.8	1,017.0	972.7	678.3	1,120.1
Other durable goods stores	911.8	708.2	669.7	532.0	881.9
Other retail stores	1,722.6	1,602.0	1,405.9	1,071.0	1,460.5
<b>Total, all stores</b>	<b>27,753.2</b>	<b>25,676.0</b>	<b>25,509.6</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	557.8	545.9	532.3	491.0	536.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	80.9	70.4	68.8	69.5	76.1
Shoe stores	13.6	11.1	12.3	8.9	15.5
Men's clothing stores	17.2	10.8	11.8	7.9	17.0
Women's clothing stores	36.5	29.8	30.1	21.9	34.4
Other clothing stores	66.0	50.8	45.3	37.5	67.3
Household furniture and appliance stores	107.0	85.5	74.6	72.6	103.2
Household furnishings stores	17.6	16.3	14.1	10.8	14.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	623.6	684.5	710.9	597.4	631.4
Gasoline service stations	182.6	179.4	162.0	139.5	144.4
Automotive parts, accessories and services	122.4	111.0	123.0	98.4	123.1
General merchandise stores	380.9	285.0	279.3	224.9	372.8
Other semi-durable goods stores	76.0	54.8	54.3	41.6	74.6
Other durable goods stores	65.9	54.7	55.9	41.2	61.7
Other retail stores	112.4	100.8	94.0	72.3	103.8
<b>Total, all stores</b>	<b>2,483.4</b>	<b>2,309.9</b>	<b>2,287.0</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
2.6	-0.5	-0.5	0.2	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.6	3.9	6.4	10.5	10.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.4	-7.7	-1.4	2.5	-4.5	Magasins de chaussures
3.4	2.8	-0.6	-3.5	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
5.5	3.0	3.9	4.1	5.6	Magasins de vêtements pour femmes
8.3	13.2	18.7	9.0	10.6	Autres magasins de vêtements
14.4	11.7	12.7	8.9	13.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.6	9.4	9.4	4.4	13.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.2	15.1	3.2	12.0	-0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.2	17.0	10.6	3.6	-6.6	Stations-service
6.8	3.4	5.6	12.1	15.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.7	12.7	8.5	9.0	5.9	Magasins de marchandises diverses
3.7	14.3	11.1	9.6	5.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.4	2.9	3.9	12.0	9.7	Autres magasins de produits durables
17.9	13.3	11.6	4.7	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>9.2</b>	<b>9.4</b>	<b>5.3</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
3.9	2.0	-0.4	-1.0	5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.3	1.4	1.5	3.0	-0.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-12.3	-11.2	-3.9	-1.1	11.5	Magasins de chaussures
1.2	16.1	4.4	1.3	4.9	Magasins de vêtements pour hommes
6.1	9.6	9.9	9.0	3.3	Magasins de vêtements pour femmes
-1.9	5.2	4.4	4.5	2.3	Autres magasins de vêtements
3.7	6.6	4.3	5.5	11.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
21.4	23.5	11.0	1.9	-6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.2	1.9	-4.8	5.1	-7.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.5	14.8	6.6	5.0	-2.9	Stations-service
-0.6	-5.9	2.8	12.3	7.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.2	8.0	4.6	5.5	2.8	Magasins de marchandises diverses
1.9	12.5	8.4	6.1	-2.6	Autres magasins de produits semi-durables
6.8	4.8	2.4	4.8	-	Autres magasins de produits durables
8.3	11.3	7.9	6.6	5.1	Autres magasins de vente au détail
<b>3.6</b>	<b>4.2</b>	<b>0.4</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	469.1	477.0	466.0	425.5	473.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	100.2	94.6	95.8	97.8	106.1
Shoe stores	6.1	5.4	6.2	4.6	6.5
Men's clothing stores	12.0	7.6	8.2	6.4	13.0
Women's clothing stores	30.9	24.2	25.7	18.9	30.6
Other clothing stores	58.1	44.5	39.3	31.1	55.7
Household furniture and appliance stores	89.0	61.6	57.2	55.2	81.6
Household furnishings stores	22.2	19.8	19.3	15.8	20.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	481.7	500.8	530.3	411.0	462.6
Gasoline service stations	174.1	178.8	154.6	126.1	137.8
Automotive parts, accessories and services	139.4	131.7	130.8	103.6	139.6
General merchandise stores	342.1	261.5	251.5	204.5	325.8
Other semi-durable goods stores	57.1	43.6	47.9	35.2	57.0
Other durable goods stores	66.5	47.7	46.0	35.2	61.3
Other retail stores	80.3	72.4	67.8	53.7	75.4
<b>Total, all stores</b>	<b>2,149.1</b>	<b>1,985.9</b>	<b>1,960.5</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,688.4	1,636.5	1,572.6	1,463.9	1,593.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	363.7	316.8	311.6	300.3	338.7
Shoe stores	37.0	33.9	33.7	25.4	37.1
Men's clothing stores	68.9	42.8	44.9	37.7	72.3
Women's clothing stores	129.6	104.4	102.7	83.4	126.9
Other clothing stores	242.6	203.4	167.4	141.6	247.6
Household furniture and appliance stores	461.2	353.7	304.8	288.1	416.2
Household furnishings store	86.1	74.5	72.0	63.0	85.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,034.5	2,066.2	2,133.3	1,701.5	1,771.9
Gasoline service stations	540.4	558.7	491.2	406.4	435.7
Automotive parts, accessories and services	437.2	427.5	429.5	328.4	433.2
General merchandise stores	1,108.9	841.7	793.8	653.3	1,059.1
Other semi-durable goods stores	265.6	209.8	210.7	159.5	253.8
Other durable goods stores	259.8	214.2	197.8	161.1	256.1
Other retail stores	465.5	436.4	413.3	336.8	435.2
<b>Total, all stores</b>	<b>8,243.6</b>	<b>7,565.9</b>	<b>7,323.5</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-0.8	-1.6	-2.5	-0.9	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-5.6	-3.8	-1.1	0.9	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.2	-6.9	-13.9	-14.8	-7.1	Magasins de chaussures
-7.7	-6.2	-9.9	-11.1	-3.0	Magasins de vêtements pour hommes
1.0	0.4	4.0	-5.0	-9.7	Magasins de vêtements pour femmes
4.3	6.5	3.7	11.5	5.3	Autres magasins de vêtements
9.1	3.5	7.7	2.4	-2.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.8	1.5	4.3	1.9	-8.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.1	2.1	-2.3	-7.4	-15.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.3	18.0	9.0	0.2	-1.6	Stations-service
-0.1	-7.8	3.4	-	12.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	8.6	5.5	4.6	2.1	Magasins de marchandises diverses
0.2	-	-3.4	-7.1	-14.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.5	3.0	1.5	5.4	6.1	Autres magasins de produits durables
6.5	1.4	0.9	1.9	-1.2	Autres magasins de vente au détail
<b>4.1</b>	<b>2.2</b>	<b>0.4</b>	<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
6.0	3.7	2.4	5.1	8.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
7.4	9.9	6.0	5.0	-1.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.3	-5.6	-8.4	-4.2	-2.6	Magasins de chaussures
-4.7	-1.8	-8.4	-15.1	-4.5	Magasins de vêtements pour hommes
2.1	0.1	0.5	9.0	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
-2.0	-5.7	-7.2	-3.1	0.4	Autres magasins de vêtements
10.8	11.1	6.2	4.8	7.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.6	-1.3	-2.3	2.8	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.8	7.2	-5.0	-0.4	-11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
24.0	15.3	4.5	-5.1	-9.6	Stations-service
0.9	2.4	1.5	3.7	11.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.7	9.4	5.3	7.6	5.7	Magasins de marchandises diverses
4.6	5.9	5.1	8.2	2.4	Autres magasins de produits semi-durables
1.4	0.9	-1.3	4.7	6.1	Autres magasins de produits durables
7.0	6.1	7.4	9.0	6.9	Autres magasins de vente au détail
<b>8.2</b>	<b>6.1</b>	<b>0.5</b>	<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	2,013.6	2,001.2	1,928.2	1,806.3	1,921.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	518.5	438.3	425.5	412.7	469.0
Shoe stores	52.7	50.1	50.9	37.8	51.8
Men's clothing stores	66.6	41.2	41.0	33.7	65.1
Women's clothing stores	159.7	141.5	130.6	104.1	154.8
Other clothing stores	272.1	220.2	189.5	160.8	259.3
Household furniture and appliance stores	469.7	366.3	331.1	328.7	446.3
Household furnishings stores	119.5	105.6	96.5	87.8	117.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,800.3	2,048.1	2,192.1	1,798.4	1,730.4
Gasoline service stations	589.7	679.8	597.2	462.6	529.5
Automotive parts, accessories and services	457.3	446.8	435.0	371.4	428.3
General merchandise stores	1,262.4	991.8	936.0	777.0	1,220.7
Other semi-durable goods stores	326.8	290.5	299.2	220.3	342.4
Other durable goods stores	345.2	290.4	262.0	243.5	337.2
Other retail stores	500.3	466.9	429.1	357.8	467.7
<b>Total, all stores</b>	<b>9,107.0</b>	<b>8,719.3</b>	<b>8,488.1</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	53.9	55.9	53.0	46.6	49.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.4	1.2	1.2	0.9	1.5
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	5.7	4.8	4.4	4.0	5.1
Household furnishings stores	1.5	1.0	0.8	0.5	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	29.3
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	65.2	60.7	60.0	52.0	60.5
Other semi-durable goods stores	7.7	7.7	7.0	4.9	7.6
Other durable goods stores	6.2	6.5	5.8	3.5	6.5
Other retail stores	11.2	12.1	10.4	8.9	10.3
<b>Total, all stores</b>	<b>233.7</b>	<b>240.2</b>	<b>226.9</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
4.8	2.0	-0.3	-0.2	-5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
10.6	7.7	2.3	4.7	-3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.7	0.2	2.2	-2.1	-	Magasins de chaussures
2.3	-1.4	-4.4	-9.4	-6.2	Magasins de vêtements pour hommes
3.2	6.2	-4.2	-1.7	-5.9	Magasins de vêtements pour femmes
4.9	8.5	10.4	7.4	3.6	Autres magasins de vêtements
5.2	0.7	1.7	5.9	-0.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.4	5.6	1.6	-1.0	-5.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.0	-0.6	-2.4	0.0	-7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.4	6.5	-7.8	-21.6	-13.2	Stations-service
6.8	6.8	0.2	1.8	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.4	9.5	4.4	3.7	-0.1	Magasins de marchandises diverses
-4.6	0.4	2.7	2.6	-0.6	Autres magasins de produits semi-durables
2.4	-2.3	-0.2	6.9	1.2	Autres magasins de produits durables
7.0	4.1	1.5	-2.0	0.8	Autres magasins de vente au détail
4.7	3.1	-0.3	-0.5	-3.6	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
8.9	7.9	5.0	2.9	-	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-6.7	-	-7.7	-	-16.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
11.8	6.7	15.8	5.3	-12.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
87.5	11.1	-	-44.4	-20.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	-4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.8	8.4	14.5	6.3	-1.1	Magasins de marchandises diverses
1.3	-2.5	-2.8	-	-11.6	Autres magasins de produits semi-durables
-4.6	1.6	3.6	-2.8	12.1	Autres magasins de produits durables
8.7	-	-19.4	2.3	-	Autres magasins de vente au détail
11.1	9.4	6.4	4.5	-0.3	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	25.4	26.6	25.0	22.0	24.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	13.1
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.8	4.6	3.7	2.2	3.8
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>81.6</b>	<b>93.1</b>	<b>88.5</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	20.9	22.0	20.0	17.9	
All other food stores	x	x	x	x	
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	
Shoe stores	x	x	x	x	
Men's clothing stores	x	x	x	x	
Women's clothing stores	x	x	x	x	
Other clothing stores	x	x	x	x	
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	
Household furnishings stores	x	x	x	x	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	24.3	26.5	20.5	x	
Gasoline service stations	6.1	5.3	4.6	6.2	
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	
General merchandise stores	x	x	x	x	
Other semi-durable goods stores	x	x	x	1.9	
Other durable goods stores	3.1	2.4	2.9	1.8	
Other retail stores	x	x	x	x	
<b>Total, all stores</b>	<b>106.4</b>	<b>102.9</b>	<b>93.8</b>	<b>83.2</b>	



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Yukon</b>					
5.4	-	2.0	0.5	-3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	-3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-	2.2	8.8	-8.3	-13.6	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>5.7</b>	<b>3.9</b>	<b>8.2</b>	<b>4.0</b>	<b>-0.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Territoires du Nord-Ouest</b>					
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
<b>Total, ensemble des magasins</b>					



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.6	7.3	8.0	6.7	
All other food stores	x	x	x	x	
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	
Shoe stores	x	x	x	x	
Men's clothing stores	x	x	x	x	
Women's clothing stores	x	x	x	x	
Other clothing stores	x	x	x	x	
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	
Household furnishings stores	x	x	x	x	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	
Gasoline service stations	x	x	x	x	
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	
General merchandise stores	x	x	x	x	
Other semi-durable goods stores	x	x	x	0.7	
Other durable goods stores	x	x	x	x	
Other retail stores	x	x	x	x	
<b>Total, all stores</b>	<b>45.8</b>	<b>44.2</b>	<b>44.6</b>	<b>38.8</b>	



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
**(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Nunavut</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
	Per cent - Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	92.4	93.8	94.6	95.1
All other food stores	86.7	89.7	86.9	88.5
Drugs and patent medicine stores	90.9	91.4	93.1	91.5
Shoe stores	94.1	95.3	85.7	88.9
Men's clothing stores	90.8	91.0	90.5	91.2
Women's clothing stores	93.4	95.0	93.3	94.1
Other clothing stores	92.2	94.7	94.9	96.3
Household furniture and appliance stores	89.6	93.2	93.2	93.2
Household furnishings stores	88.3	85.3	88.6	89.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.2	95.7	94.4	95.4
Gasoline service stations	88.7	93.2	92.7	93.7
Automotive parts, accessories and services	91.5	93.0	92.1	95.5
General merchandise stores	99.0	99.3	99.3	99.0
Other semi-durable goods stores	90.8	91.0	90.5	91.9
Other durable goods stores	91.9	92.5	91.5	91.5
Other retail stores	95.3	94.7	95.5	95.0
<b>Total, all stores</b>	<b>93.2</b>	<b>94.6</b>	<b>94.3</b>	<b>94.9</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	93.6	96.8	97.1	97.0
Prince Edward Island	93.9	94.6	94.2	92.2
Nova Scotia	96.0	96.3	96.6	96.0
New Brunswick	94.0	95.2	94.8	94.4
Quebec	91.4	94.5	92.9	94.9
Ontario	93.4	94.8	94.6	95.0
Manitoba	94.1	93.6	92.9	92.5
Saskatchewan	92.8	93.5	94.4	94.7
Alberta	93.4	93.7	94.9	95.0
British Columbia	94.7	94.4	94.6	94.8
Yukon	89.6	89.5	88.7	89.4
Nunavut	89.1	99.8	82.5	98.8
Northwest Territories	95.1	96.0	94.7	95.0



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation			
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
Per cent - Pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>			
1.5	1.5	1.5	1.5 Supermarchés d'alimentation et épicerie
6.4	5.6	5.7	5.6 Tous les autres magasins d'alimentation
2.0	2.0	2.4	2.3 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.5	3.2	3.1	3.3 Magasins de chaussures
3.3	3.2	3.4	3.1 Magasins de vêtements pour hommes
2.6	2.6	3.3	3.6 Magasins de vêtements pour femmes
1.8	1.7	2.0	2.3 Autres magasins de vêtements
4.4	3.9	4.5	3.9 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.0	3.5	4.4	4.1 Magasins d'accessoires d'ameublement
3.4	3.6	3.5	3.8 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.5	2.5	2.5	2.5 Stations-service
2.4	2.6	2.5	2.4 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.6	0.7	0.8	0.9 Magasins de marchandises diverses
3.7	4.3	4.6	4.2 Autres magasins de produits semi-durables
3.5	3.4	4.1	3.6 Autres magasins de produits durables
1.6	2.2	2.1	2.5 Autres magasins de vente au détail
<b>0.9</b>	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>	<b>1.2 Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>			
2.8	3.8	3.9	4.7 Terre-Neuve
1.4	1.6	2.0	2.3 Île-du-Prince-Édouard
3.6	4.2	4.9	4.5 Nouvelle-Écosse
2.7	2.9	3.0	2.7 Nouveau-Brunswick
2.3	2.6	2.5	3.1 Québec
1.6	1.9	1.9	2.2 Ontario
2.1	2.1	2.0	2.3 Manitoba
2.1	2.1	2.0	2.0 Saskatchewan
2.0	2.3	2.8	2.6 Alberta
1.4	1.6	1.6	1.6 Colombie-Britannique
0.5	0.5	0.5	0.4 Yukon
-	-	-	- Nunavut
-	-	-	- Territoires du Nord Ouest



Table 5

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)

	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,707.4	4,604.0	4,576.4	4,561.6	4,554.9	4,527.9	4,523.7
All other food stores	373.8	372.3	367.2	368.2	364.2	360.8	363.9
Drugs and patent medicine stores	1,128.0	1,140.4	1,125.4	1,125.9	1,120.2	1,119.8	1,111.6
Shoe stores	135.7	128.1	140.4	129.3	131.2	136.1	127.3
Men's clothing stores	128.4	130.0	133.2	127.3	132.6	129.3	123.1
Women's clothing stores	376.6	381.3	378.4	361.1	377.0	374.0	366.9
Other clothing stores	558.7	556.7	567.0	552.9	559.9	573.1	555.1
Household furniture and appliance stores	968.3	946.4	978.4	929.3	939.0	937.5	954.6
Household furnishings stores	222.7	232.4	222.8	212.6	214.8	215.4	201.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,134.3	5,888.5	5,660.8	6,079.1	5,989.3	5,857.0	5,702.5
Gasoline service stations	1,606.9	1,556.7	1,546.9	1,526.5	1,511.4	1,443.9	1,401.2
Automotive parts, accessories and services	1,316.3	1,291.0	1,252.7	1,259.5	1,252.2	1,216.4	1,246.0
General merchandise stores	2,473.3	2,437.9	2,561.3	2,578.1	2,561.8	2,541.0	2,492.4
Other semi-durable goods stores	680.0	715.2	716.0	709.2	734.0	724.2	711.1
Other durable goods stores	585.5	580.5	590.2	582.3	582.5	577.9	577.6
Other retail stores	1,132.4	1,114.4	1,098.1	1,085.4	1,056.7	1,064.1	1,061.4
<b>Total, all stores</b>	<b>22,528.2</b>	<b>22,075.7</b>	<b>21,915.2</b>	<b>22,188.2</b>	<b>22,081.6</b>	<b>21,798.5</b>	<b>21,519.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	352.9	353.7	346.9	352.8	344.5	342.4	348.5
Prince Edward Island	101.1	100.0	98.6	100.3	97.3	97.8	99.0
Nova Scotia	696.7	685.0	682.1	681.2	677.1	666.6	689.5
New Brunswick	561.5	549.8	545.8	550.7	556.5	543.7	535.7
Quebec	5,180.5	5,087.4	5,034.0	5,097.7	5,058.1	5,041.2	4,962.8
Ontario	8,588.2	8,478.3	8,440.7	8,483.2	8,581.5	8,378.5	8,249.2
Manitoba	782.2	755.7	736.6	773.7	768.0	746.6	741.9
Saskatchewan	673.6	655.8	632.2	656.9	658.9	641.6	637.3
Alberta	2,579.7	2,508.7	2,497.5	2,566.1	2,476.6	2,451.4	2,399.9
British Columbia	2,932.9	2,825.0	2,825.6	2,849.1	2,788.3	2,814.8	2,782.4
Yukon	28.6	27.5	26.6	28.2	27.1	27.1	27.6
Nunavut	14.1	14.5	14.5	14.9	14.4	14.4	14.9
Northwest Territories	36.1	34.2	34.2	33.4	33.1	32.3	31.1



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,588.6	4,521.0	4,517.8	4,496.0	4,494.8	4,457.9	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
366.1	356.5	366.6	360.4	357.2	358.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,112.2	1,106.3	1,115.5	1,112.8	1,102.1	1,070.4	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
141.0	141.4	140.7	137.4	139.3	139.2	Magasins de chaussures
127.4	127.4	129.2	128.5	126.0	129.0	Magasins de vêtements pour hommes
375.5	370.2	373.3	374.5	374.6	361.8	Magasins de vêtements pour femmes
567.2	559.0	555.1	547.1	530.9	517.8	Autres magasins de vêtements
916.2	862.0	890.6	887.5	888.8	881.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
209.4	208.2	206.0	206.1	205.0	207.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,485.1	5,623.4	5,689.0	5,601.6	5,544.3	5,464.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,405.3	1,392.6	1,318.0	1,286.5	1,287.4	1,276.6	Stations-service
1,239.4	1,229.5	1,228.0	1,196.7	1,253.0	1,226.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,492.7	2,446.3	2,440.4	2,436.1	2,490.7	2,369.8	Magasins de marchandises diverses
712.6	700.3	712.7	682.5	706.9	688.5	Autres magasins de produits semi-durables
581.4	584.7	599.0	596.1	616.1	567.1	Autres magasins de produits durables
1,064.0	1,025.9	1,012.0	1,015.3	1,007.8	985.1	Autres magasins de vente au détail
<b>21,384.2</b>	<b>21,254.7</b>	<b>21,294.1</b>	<b>21,065.0</b>	<b>21,125.0</b>	<b>20,702.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
347.0	335.3	352.0	335.9	333.6	323.3	Terre-Neuve
93.9	90.3	92.5	89.3	89.3	85.8	Île-du-Prince-Édouard
668.9	632.2	660.6	660.0	654.5	651.1	Nouvelle-Écosse
544.4	523.4	520.5	513.2	509.2	493.8	Nouveau-Brunswick
4,994.4	4,983.1	5,019.6	4,955.4	4,965.9	4,823.3	Québec
8,193.5	8,111.1	8,085.2	7,976.2	7,960.1	7,775.3	Ontario
730.7	741.7	751.3	746.2	750.8	737.4	Manitoba
635.7	634.6	628.3	622.8	635.4	629.6	Saskatchewan
2,341.9	2,347.2	2,366.3	2,355.5	2,374.2	2,360.4	Alberta
2,761.5	2,785.7	2,744.9	2,738.3	2,780.9	2,752.4	Colombie-Britannique
27.7	27.2	26.7	28.0	26.1	26.2	Yukon
14.3	15.2	14.9	13.5	14.3		Nunavut
30.2	27.6	31.2	30.6	30.5		Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	5,123.6	4,324.5	4,651.7	4,542.2	4,504.2	4,991.1	4,559.3
All other food stores	468.9	350.6	365.5	358.9	359.9	385.1	379.3
Drugs and patent medicine stores	1,424.8	1,120.6	1,122.0	1,100.1	1,095.3	1,103.3	1,094.2
Shoe stores	176.9	140.3	159.1	139.0	135.0	129.8	140.2
Men's clothing stores	261.9	156.6	138.6	120.0	109.6	115.8	125.9
Women's clothing stores	607.6	408.8	399.6	373.6	358.7	371.1	371.5
Other clothing stores	972.9	617.5	614.8	586.0	604.4	524.9	507.6
Household furniture and appliance stores	1,455.8	1,046.1	1,010.2	959.7	943.5	946.0	911.4
Household furnishings stores	284.4	261.0	232.0	216.4	220.4	223.7	215.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,391.6	5,512.6	5,440.7	6,160.8	5,974.3	6,203.9	6,877.1
Gasoline service stations	1,617.3	1,523.3	1,593.2	1,566.3	1,642.9	1,583.7	1,467.5
Automotive parts, accessories and services	1,463.8	1,431.7	1,255.0	1,243.1	1,225.1	1,327.6	1,391.3
General merchandise stores	4,145.1	2,960.5	2,683.0	2,499.6	2,478.0	2,411.2	2,388.0
Other semi-durable goods stores	1,061.8	767.7	691.5	722.6	756.0	759.1	762.9
Other durable goods stores	1,127.7	554.4	533.8	566.2	609.5	598.9	569.1
Other retail stores	1,623.1	1,039.2	1,091.4	1,075.6	1,113.9	1,264.4	1,107.6
<b>Total, all stores</b>	<b>27,207.2</b>	<b>22,215.5</b>	<b>21,982.0</b>	<b>22,230.1</b>	<b>22,130.7</b>	<b>22,939.7</b>	<b>22,868.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	428.5	371.1	346.6	349.5	357.1	374.0	373.8
Prince Edward Island	120.0	97.0	95.8	101.1	110.9	119.0	109.6
Nova Scotia	855.6	700.2	678.5	673.1	693.9	718.7	726.1
New Brunswick	672.8	557.4	551.4	551.2	574.9	592.6	584.5
Quebec	5,869.6	5,026.7	5,063.3	5,133.7	5,076.4	5,377.4	5,335.0
Ontario	10,674.8	8,661.2	8,417.2	8,533.9	8,446.6	8,695.5	8,828.9
Manitoba	968.3	760.8	754.3	773.7	764.3	771.8	776.6
Saskatchewan	820.1	667.2	661.8	651.7	662.6	671.6	673.9
Alberta	3,176.5	2,541.9	2,525.1	2,538.3	2,492.6	2,535.0	2,504.9
British Columbia	3,531.1	2,761.6	2,814.3	2,846.8	2,872.4	3,000.0	2,874.0
Yukon	31.4	24.9	25.2	29.0	30.8	33.3	32.4
Nunavut	17.0	14.0	14.8	14.4	14.9	14.9	14.2
Northwest Territories	41.3	31.5	33.6	33.7	33.2	36.0	35.0



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,700.0	4,520.1	4,289.5	3,981.0	4,478.8	4,739.8	54,666.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie
379.3	351.1	345.5	315.8	321.8	443.2	4,381.7	Tous les autres magasins d'alimentation
1,094.1	1,092.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5	1,342.0	13,430.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
165.0	143.1	109.0	81.3	108.4	176.8	1,627.1	Magasins de chaussures
126.3	115.2	95.9	80.0	99.1	262.2	1,544.9	Magasins de vêtements pour hommes
402.4	363.0	308.3	252.2	274.3	583.8	4,491.1	Magasins de vêtements pour femmes
540.8	501.4	466.9	356.9	387.0	892.5	6,681.1	Autres magasins de vêtements
834.8	775.1	791.5	689.3	743.7	1,306.5	11,107.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
205.1	193.1	194.5	160.1	158.4	264.0	2,565.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,464.1	6,457.2	6,102.2	4,535.2	4,192.9	4,732.2	69,312.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,453.1	1,344.8	1,255.9	1,106.0	1,183.5	1,261.3	17,337.5	Stations-service
1,366.5	1,236.3	1,094.7	899.7	1,043.0	1,349.6	14,977.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,452.6	2,266.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7	3,953.3	29,949.6	Magasins de marchandises diverses
806.1	629.6	553.7	478.6	513.0	1,073.3	8,502.6	Autres magasins de produits semi-durables
583.0	533.0	469.0	423.3	477.6	1,069.7	7,045.5	Autres magasins de produits durables
1,091.4	958.5	863.0	776.8	800.3	1,365.8	12,805.2	Autres magasins de vente au détail
<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>24,816.3</b>	<b>260,426.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
371.0	335.8	323.3	256.8	262.5	394.5	4,150.0	Terre-Neuve
98.8	85.2	80.4	66.3	69.3	102.9	1,153.4	Île-du-Prince-Édouard
701.6	643.3	605.6	526.1	538.5	788.4	8,061.2	Nouvelle-Écosse
577.4	523.6	478.8	398.4	403.2	590.6	6,466.2	Nouveau-Brunswick
5,497.5	5,255.0	4,743.3	3,903.2	4,071.6	5,432.2	60,352.7	Québec
8,613.5	8,067.2	7,611.6	6,415.9	6,645.6	9,604.9	99,611.9	Ontario
761.8	748.6	714.7	600.6	635.2	898.4	9,030.7	Manitoba
652.8	633.8	585.4	500.4	551.0	759.7	7,732.3	Saskatchewan
2,466.9	2,351.6	2,279.7	1,898.1	2,014.7	2,873.0	29,325.3	Alberta
2,846.7	2,767.4	2,652.4	2,276.0	2,410.6	3,293.2	33,653.3	Colombie-Britannique
30.3	25.8	24.6	20.6	20.4	28.2	328.7	Yukon
14.9	15.4	14.5	12.0	12.4		173.4	Nunavut
31.1	27.7	31.3	25.6	26.2		386.2	Territoires du Nord Ouest



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	December 1999	November 1999	October 1999	September 1999	Year-to-date 1999
	Décembre	Novembre	Octobre	Septembre	Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	182.1	147.3	119.5	110.6	1,308.9
Prince Edward Island	48.6	33.9	30.0	30.5	359.1
Nova Scotia	361.6	261.5	221.6	206.0	2,521.9
New Brunswick	267.4	198.5	170.9	158.8	1,914.7
Quebec	2,317.1	1,669.1	1,678.3	1,573.7	18,890.1
Ontario	4,710.8	3,284.1	3,071.5	2,960.9	35,110.6
Manitoba	375.3	251.6	234.8	221.3	2,714.3
Saskatchewan	332.7	232.4	218.9	200.9	2,496.4
Alberta	1,314.5	888.8	820.1	799.5	9,571.4
British Columbia	1,568.2	1,036.4	988.3	990.5	11,697.1
Yukon	9.3	6.4	6.1	6.8	75.3
Nunavut	13.8	11.4	12.0	11.8	139.8
Northwest Territories	17.5	12.3	12.5	11.9	145.9
<b>Total</b>	<b>11,518.8</b>	<b>8,033.5</b>	<b>7,584.6</b>	<b>7,283.2</b>	<b>86,945.2</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	December 1999	November 1999	October 1999	September 1999	August 1999	July 1999	June 1999
	Décembre	Novembre	Octobre	Septembre	Août	Juillet	Juin
	Millions of dollars – Millions de dollars						
<b>Regions</b>							
Newfoundland	182.1	147.3	119.5	110.6	107.7	105.1	101.1
Prince Edward Island	48.6	33.9	30.0	30.5	36.5	35.9	31.7
Nova Scotia	361.6	261.5	221.6	206.0	215.7	202.4	196.9
New Brunswick	267.4	198.5	170.9	158.8	163.9	155.8	150.3
Quebec	2,317.1	1,669.1	1,678.3	1,573.7	1,578.2	1,612.2	1,575.5
Ontario	4,710.8	3,284.1	3,071.5	2,960.9	2,945.6	2,873.4	2,876.7
Manitoba	375.3	251.6	234.8	221.3	227.7	220.2	217.8
Saskatchewan	332.7	232.4	218.9	200.9	209.2	200.5	204.2
Alberta	1,314.5	888.8	820.1	799.5	817.7	778.0	768.2
British Columbia	1,568.2	1,036.4	988.3	990.5	976.7	968.6	932.9
Yukon	9.3	6.4	6.1	6.8	7.6	7.5	7.0
Nunavut	13.8	11.4	12.0	11.8	12.2	12.1	11.4
Northwest Territories	17.5	12.3	12.5	11.9	11.7	12.2	13.2
<b>Total</b>	<b>11,518.8</b>	<b>8,033.5</b>	<b>7,584.6</b>	<b>7,283.2</b>	<b>7,310.4</b>	<b>7,183.9</b>	<b>7,086.8</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
				<b>Régions</b>
6.2	5.2	3.3	11.3	7.5 Terre-Neuve
8.2	13.0	6.8	10.9	8.6 Île-du-Prince-Édouard
8.2	7.5	5.5	8.4	6.9 Nouvelle-Écosse
7.9	7.7	4.1	6.9	7.3 Nouveau-Brunswick
4.6	2.8	3.8	1.1	2.9 Québec
5.7	4.7	8.3	8.5	8.0 Ontario
4.7	1.0	2.3	9.4	4.7 Manitoba
5.1	3.3	1.0	4.3	3.1 Saskatchewan
6.0	3.1	3.7	7.2	4.5 Alberta
4.4	3.7	2.7	5.9	3.9 Colombie-Britannique
9.4	10.3	-9.0	6.3	2.7 Yukon
				Nunavut
				Territoires du Nord Ouest
5.4	4.1	5.3	6.2	5.6 Total

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year 1999 Année
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Régions</b>
102.9	92.4	90.2	74.9	75.1	171.5	1,308.9 Terre-Neuve
28.1	22.7	22.7	19.0	19.5	44.9	359.1 Île-du-Prince-Édouard
198.6	177.2	178.9	147.0	154.5	334.3	2,521.9 Nouvelle-Écosse
151.3	139.6	131.6	110.8	115.8	247.8	1,914.7 Nouveau-Brunswick
1,683.7	1,507.1	1,321.8	1,117.2	1,256.2	2,214.4	18,890.1 Québec
2,905.7	2,632.2	2,465.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2	35,110.6 Ontario
217.9	210.9	201.4	164.4	171.0	358.5	2,714.3 Manitoba
200.0	192.9	181.5	155.8	167.4	316.7	2,496.4 Saskatchewan
759.5	711.8	700.2	594.6	618.5	1,240.4	9,571.4 Alberta
932.6	896.6	873.2	737.0	796.1	1,502.0	11,697.1 Colombie-Britannique
5.8	5.3	5.2	4.2	4.1	8.5	75.3 Yukon
12.2	12.1	11.4	9.4	10.0		139.8 Nunavut
11.9	11.7	11.6	9.8	9.6		145.9 Territoires du Nord Ouest
7,210.1	6,612.6	6,194.9	5,285.6	5,640.8	10,924.3	86,945.2 Total



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1997</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3	0.5
June	110.0	22,868.9	5.9	20,787.7	4.5
July	109.5	22,939.7	6.0	20,945.8	4.0
August	109.7	22,130.7	7.6	20,181.8	5.0
September	110.2	22,230.1	7.8	20,168.9	5.0
October	109.8	21,982.0	4.5	20,017.8	2.0
November	109.7	22,215.5	7.5	20,245.8	5.0
December	108.5	27,207.2	9.6	25,086.4	6.9
<b>Year</b>	<b>109.3</b>	<b>260,426.0</b>	<b>5.7</b>	<b>238,129.5</b>	<b>4.0</b>

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1997</b>
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		Janvier
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Février
107.1	19,413.3	-0.1	18,128.0	0.0		Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	-0.1		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	0.0		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	...	<b>220,955.1</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	0.0	19,177.2	0.0		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	-0.1		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	...	<b>229,054.6</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
108.1	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Février
108.1	21,294.1	1.1	19,691.8	0.5		Mars
108.9	21,254.7	-0.2	19,519.5	-0.9		Avril
109.1	21,384.2	0.6	19,608.0	0.5		Mai
109.2	21,519.9	0.6	19,710.0	0.5		Juin
109.5	21,798.5	1.3	19,899.6	1.0		Juillet
110.1	22,081.6	1.3	20,061.0	0.8		Août
110.6	22,188.2	0.5	20,061.5	0.0		Septembre
110.2	21,915.2	-1.2	19,881.0	-0.9		Octobre
110.2	22,075.7	0.7	20,029.3	0.7		Novembre
110.7	22,528.2	2.0	20,354.2	1.6		Décembre
<b>109.4</b>	<b>260,230.3</b>	...	<b>238,061.1</b>	...		<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.







## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>
6331	Gasoline service stations
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>
6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>
6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>
6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>
6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>
6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# What class of business are you in?

**NAICS Canada 1997 . . .**  
an indispensable reference tool for understanding the burgeoning economies of Canada, the United States and Mexico!

**M**onitoring business and economic activity just got simpler! The *North American Industry Classification System (NAICS) Canada 1997*, replaces the 1980 Standard Industrial Classification (SIC) system. *NAICS Canada 1997* identifies many new industries and categories. Now, you can access up-to-date information on the growth and diversification of economic activity in recent decades.

Whatever business you are in, chances are you'll want to get your hands on this **ground-breaking tool!** *NAICS Canada 1997* provides, **for the first time**, a common framework for the collection of comparable production data for NAFTA's three trade partners ... making it **easier than ever** to compare financial and economic statistics between Canada, the United States and Mexico!

What's more, you can get the information you need in the format you want: *NAICS Canada 1997* is available both in a durable hardcover book and on CD-ROM. The portable-size manual, with its detailed index, makes a handy desktop reference while the user-friendly CD-ROM allows you to access comprehensive industry information quickly and easily.

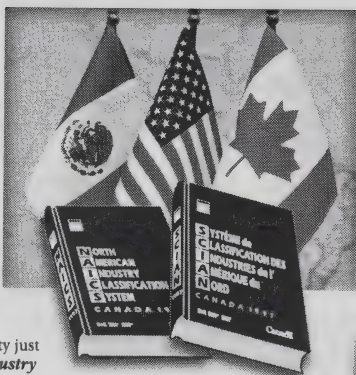
*NAICS Canada 1997* is indispensable for all suppliers and users of economic data in industry, business, governments, banks, trade associations, academia, research and elsewhere. Use this first-of-its-kind resource to make more informed business and policy decisions and to enhance your professional productivity!

## NAICS Canada 1997 . . .

- ▶ allows every business to see precisely to which industry it belongs ... essential for assessing business performance
- ▶ differentiates between
  - ▷ industries where all three countries produce **common** comparable data
  - ▷ industries **unique** to Canada
- ▶ recognizes the emergence of the new service economy, including the growing high tech industries as well as health care and social services
- ▶ identifies 921 industries in 20 sectors.

In an economy where change is a constant factor, **first class** information is essential to your success! Order your copy of *NAICS Canada 1997* today!

*NAICS Canada 1997* (Cat. No. 12-501-XPE) costs \$45 (plus GST/HST and applicable PST). The bilingual CD-ROM version of *NAICS Canada 1997* (Cat. No. 12-501-XCB) costs \$100 (plus GST/HST and applicable PST). To order, **CALL** toll-free at 1 800 267-6677, **FAX** your VISA, MasterCard order to 1 800 889-9734 or **MAIL** your order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. You may also order via e-mail: **order@statcan.ca**.



# À quelle classe votre entreprise appartient-elle?

**SCIAN Canada 1997 . . .**  
un outil de référence indispensable pour comprendre les économies florissantes du Canada, des États-Unis et du Mexique!

**I**l est désormais plus facile de suivre l'activité commerciale et économique! Le *Système de classification des industries de l'Amérique*

*du Nord (SCIAN) Canada 1997* remplace la Classification type des industries (CTI) de 1980. Le *SCIAN Canada 1997* compte bon nombre de nouvelles classes et catégories. Vous pouvez maintenant avoir accès à des renseignements à jour sur la croissance et la diversification de l'activité économique au cours des dernières décennies.

Peu importe votre secteur d'activité, vous ne voudrez pas rater l'occasion de mettre la main sur cet **outil novateur!** Le *SCIAN Canada 1997* offre, **pour la première fois**, un cadre commun de collecte de données de production comparables pour les trois partenaires de l'ALÉNA. Il est donc plus facile que jamais de comparer les statistiques financières et économiques du Canada, des États-Unis et du Mexique!

De plus, vous pouvez obtenir l'information que vous désirez dans le format de votre choix : le *SCIAN Canada 1997* est offert sous la forme d'un livre cartonné durable et sur CD-ROM. Le manuel de format pratique comprend un index détaillé et constitue un ouvrage de référence maniable, tandis que le CD-ROM convivial vous donne accès facilement et rapidement à des données complètes sur l'activité économique.

Le *SCIAN Canada 1997* est un outil indispensable pour tous les fournisseurs et les utilisateurs de données économiques dans le secteur privé, les entreprises, les administrations publiques, les banques, les associations professionnelles, le milieu universitaire, le milieu de la recherche et d'autres secteurs d'activité. Utilisez cet outil innovateur pour prendre des décisions plus éclairées en matière de gestion ou d'orientation et pour accroître votre productivité professionnelle!

## SCIAN Canada 1997 . . .

- ▶ permet à **chaque** entreprise de déterminer avec précision la classe à laquelle elle appartient; un mécanisme essentiel pour évaluer son rendement;
- ▶ établit une distinction entre
  - ▷ les classes d'activité pour lesquelles les trois pays produisent des données **communes** comparables
  - ▷ et les classes **propres** au Canada;
- ▶ reconnaît l'émergence de la nouvelle économie de services, notamment du secteur florissant de la haute technologie de même que du secteur de la santé et des services sociaux;
- ▶ définit 921 classes réparties dans 20 secteurs.

Dans une économie en constante mutation, le succès de votre entreprise dépend de l'accès à des données de **premier ordre!** Commandez votre exemplaire du *SCIAN Canada 1997* dès aujourd'hui!

Le prix du *SCIAN Canada 1997* (n° 12-501-XPE au cat.) est de 45 \$ (TPS/TVH et TVP, le cas échéant, en sus). La version bilingue du *SCIAN Canada 1997* sur CD-ROM (n° 12-501-XCB au cat.) coûte 100 \$ (TPS/TVH et TVP, le cas échéant, en sus). Pour commander, **COMPOSEZ** sans frais le 1 800 267-6677, envoyez votre bon de commande (VISA ou MasterCard) par **TELECOPIEUR** au 1 800 889-9734 ou par la **POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada, K1A 0T6. Vous pouvez également communiquer avec l'un des centres de consultation de Statistique Canada dont la liste figure dans la présente publication ou encore passer votre commande par **courrier électronique** : **order@statcan.ca**.





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Operations and Integration  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or  
MasterCard. Outside Canada  
and the U.S., and in the  
Ottawa area, call (613)  
951-7277. Please do not  
send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,  
MasterCard and purchase  
orders only. Please do not  
send confirmation. A fax  
will be treated as an  
original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.	SUBTOTAL	
	DISCOUNT (if applicable)	
	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)	
	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)	
	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)	
Subscription will begin with the next issue to be released.	GRAND TOTAL	
Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.	PF 097019	
Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.		
Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.		
GST Registration # R121491807		

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada





# BON DE COMMANDE

## Statistique Canada

### POUR COMMANDER :



**COURRIER**

Statistique Canada  
Opérations et intégration  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6



**TÉLÉPHONE**  
1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



**TÉLÉCOPIEUR**  
1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



**INTERNET** order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)



**1 800 363-7629**

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

### MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature

☐ Paiement inclus \$

☐ N° du bon de commande (veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.	<b>TOTAL</b>
► L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.	<b>RÉDUCTION (s'il y a lieu)</b>
► Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.	<b>TPS (7 %)</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.	<b>TVP en vigueur</b> (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.	<b>TVH en vigueur (N.-É., N.-B., T.-N.)</b>
► TPS N° R121491807	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>
<b>PF097019</b>	

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada  
Statistics Canada

Canada



# Your guide to Canada's collection of facts and figures

From the most pressing topics of the day, like employment, income, trade and education, to specific research studies, like adult literacy in Canada or products shipped by Canadian manufacturers, you'll find the reference information on all these and more in the **Statistics Canada Catalogue 1997**.

You'll also find details on a wealth of print publications (and their alternative formats, where available) on Canada's changing business, social and economic conditions.

Whether you are a researcher, a policy-maker, a planner or a librarian, a regular user of the **Catalogue** or have never seen it before, you'll appreciate its flexibility and efficiency.

Designed to facilitate your research, the combined subject and title index will direct you to the right page in seconds.

Each listing includes the full title, the catalogue number, the language of the product, the price, a brief abstract of the content, and more. It's your one-stop shop for the full range of Statistics Canada's products.

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, it's been bound in a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

# Votre guide des faits et chiffres sur le Canada

Des sujets d'actualité, dont l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation, aux études de recherche sur des thèmes précis, comme l'alphabétisation des adultes au Canada ou les produits livrés par les fabricants canadiens, vous trouverez des renseignements de référence sur tout cela et bien davantage dans le **Catalogue de Statistique Canada 1997**.

Vous trouverez également des renseignements concernant une foule de publications imprimées (et leur support de substitution, s'il y a lieu) sur l'évolution de la conjoncture économique et de la condition sociale du Canada.

Que vous soyez chercheur, décideur, planificateur ou bibliothécaire, utilisateur régulier du **Catalogue** ou que vous ne l'ayez jamais consulté, vous apprécierez sa souplesse et son efficacité.

Conçu pour faciliter vos recherches, l'index des sujets et des titres vous donnera, en quelques secondes, le numéro de la page où se trouvent vos renseignements.

Chaque publication inscrite est accompagnée du titre complet, du numéro au catalogue, de la langue du produit, du prix, d'un court résumé du contenu et plus encore. Le **Catalogue** constitue votre guichet unique pour la série complète des produits et services de Statistique Canada.

Et pour faire en sorte que le **Catalogue** résiste à une utilisation fréquente, sa couverture spéciale vise à prévenir les dos brisés, les côtés déchirés et les coins pliés.



## ORDER YOUR OWN COPY TODAY!

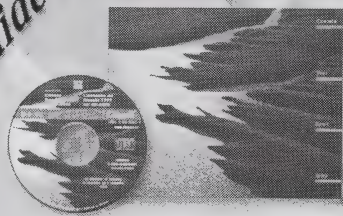
The **Statistics Canada Catalogue 1997** (Catalogue No. 11-204-XPE) is available in Canada for \$16 (plus either GST and applicable PST, or 15% HST), and for US\$16 outside Canada. **CALL** toll-free 1 800 267-6677, **FAX** toll-free 1 800 889-9734 or **MAIL** your order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6. You may also order via the Internet at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact the nearest Statistics Canada reference centre listed in this publication.

## COMMANDEZ VOTRE EXEMPLAIRE DÈS AUJOURD'HUI!

Le **Catalogue de Statistique Canada 1997** (n° 11-204-XPE au catalogue) est vendu au Canada au coût de 16 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur, ou 15 % de TVH), et de 16 \$ US à l'extérieur du Canada. **COMPOSEZ** sans frais le 1 800 267-6677, **TELECOPIEZ** sans frais au 1 800 889-9734 ou **ENVOYEZ** votre commande à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada K1A 0T6. Vous pouvez également commander via l'Internet à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



## Your Guide from Coast to Coast!



THE CANADIAN REFERENCE THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS ABOUT CANADA, AND EVEN THOSE YOU NEVER THOUGHT TO ASK, IS NOW AVAILABLE AS A CAPTIVATING BOOK, AS A USER-FRIENDLY CD-ROM AND AS A PRACTICAL COMBINATION PACKAGE. CONVENIENT AT WORK, SCHOOL AND HOME, CANADA YEAR BOOK 1999 BOTH DISPLAYS AND ANALYZES THE COMPLEXITIES OF LIVING AND WORKING IN CANADA TODAY.

Time and time again, you will turn to *Canada Year Book 1999* for penetrating articles, accurate statistics, clear tables, informative graphs and exquisite photographs spotlighting key trends and changes in our social, political and economic lives.

Choose *Canada Year Book 1999* or *Canada Year Book 1999 on CD-ROM* as your reference companion. You can order the book (cat. no. 11-402-XPE99001) for \$54.95, the CD-ROM (cat. no. 11-402-XCB99001) for \$74.95, OR the Book/CD-ROM Combination Package (cat. no. 10-3005XKE99001) available at the special price of \$123.41. (Prices exclude shipping and handling as well as applicable taxes.)

To order, call toll-free 1 800 267-6677, fax toll-free 1 877 287-4369 or write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also e-mail your order to: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

## Votre guide d'un océan à l'autre!



OUTIL DE RÉFÉRENCE CANADIEN QUI RÉPOND À TOUTES VOS QUESTIONS, MÊME À CELLES QUE VOUS N'AVEZ PAS ENCORE POSÉES, EST PRÉSENTÉ EN UN LIVRE CAPTIVANT, UN CD-ROM CONVIVIAL ET UN ENSEMBLE LIVRE ET CD-ROM PRATIQUE. UTILE AU TRAVAIL, À L'ÉCOLE ET À

LA MAISON, L'ANNUAIRE DU CANADA 1999 DÉPINT ET ANALYSE LES COMPLEXITÉS DE LA VIE ET DU TRAVAIL D'AUJOURD'HUI AU CANADA.

Vous consulterez l'*Annuaire du Canada 1999* encore et encore pour obtenir des articles percutants, des statistiques précises, des tableaux clairs, des graphiques informatifs et des photographies exceptionnelles qui mettent en évidence les tendances et les changements importants survenus aux plans social, politique et économique.

Choisissez l'*Annuaire du Canada 1999* ou l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* comme compagnon de référence. Vous pouvez commander le livre (n° 11-402-XPE99001 au catalogue) au prix de 54,95 \$, le CD-ROM (n° 11-402-XCB99001 au catalogue) au prix de 74,95 \$ ou l'ensemble livre et CD-ROM (n° 10-3005XKE99001 au catalogue) au prix réduit de 123,41 \$. (Les frais de port et de manutention ainsi que les taxes ne sont pas compris dans les prix indiqués.)

Pour commander, téléphonez sans frais au 1 800 267-6677, téléécoutez sans frais au 1 877 287-4369 ou écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi faire parvenir votre commande par courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada de votre région (la liste des centres figure dans la présente publication).



Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) and try out a FREE DEMO of CYB99 on CD-ROM or download the FREE CYB99 Teacher's Kit!

Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et essayez notre DÉMONSTRATEUR GRATUIT de l'*Annuaire du Canada 1999* sur CD-ROM ou téléchargez notre *Trousse de l'enseignant* pour l'*Annuaire du Canada* GRATUITE!















